



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**Implementación de un CRM para la Gestión Administrativa en la Institución Educativa
“Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO
DE BACHILLER EN INGENIERÍA DE SISTEMAS**

AUTOR:

Br. Tejada Pérez, Ankelly Vanesa (ORCID: 0000-0002-5946-4323)

ASESOR:

Mg. Pérez Farfán, Iván Martin (ORCID: 0000-0001-5833-9400)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

LIMA-PERÚ

2019

Este proyecto es dedicado a mi madre que con su amor, apoyo y comprensión me dieron las fuerzas para seguir luchando por ser una profesional

Agradezco a dios por darme la oportunidad de seguir con vida, creciendo como persona y profesional y a mis padres que a pesar de muchos obstáculos me impulsan a continuar tras mi meta profesional

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Los Docentes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas, encargados de evaluar el trabajo de Investigación presentado por:

1. TEJADA PÉREZ ANKELLY VANESA

cuyo título es:

IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE MARIA", PUENTE PIEDRA

Reunido en la fecha, se escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el (los) egresado (s), otorgándole el calificativo de: 17(número) Diecisiete (letras).


Lima, 23 de Abril del 2019

Docente N° 01 : Dra. Mónica Díaz Reátegui
Nombres y Apellidos



Firma

Docente N° 02 : Mgtr. Iván Martin Pérez Farfán
Nombres y Apellidos



Firma

Declaratoria de autenticidad

Yo, Ankelly Vanesa Tejada Pérez, estudiante del programa de Ingeniería de Sistemas de la Escuela de Pregrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 76301096, con el trabajo de investigación titulado IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA “INMACULADO CORAZÓN DE MARIA”, PUENTE PIEDRA declaro bajo juramento que:

1. El trabajo de investigación es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
3. El trabajo de investigación no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 15 de Abril del 2019.



Ankelly Vanesa Tejada Pérez

DNI: 76301096

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se planteó el objetivo de Implementar un CRM para la gestión administrativa en la Institución Educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

El diseño de la presente tesina será de tipo no Experimental-transversal, dado que la implementación de un crm hará que la gestión administrativa en la Institución Educativa “Inmaculado Corazón de María” mejore sus procesos, solicitudes y atención al cliente.

Para la implementación utilizaremos el software Zoho CRM el cual tiene la ventaja de poder utilizarlo mediante su página, el cual brinda una serie de herramientas el cual apoyará a la gestión administrativa, con la gran facilidad que nos permite migrar datos desde Excel, el cual será de mucho ayuda entorno a información que maneja la institución educativa.

Por consiguiente, se hizo la etapa de descripción de resultados y contrastación de la hipótesis, donde la implementación paso a prueba de su funcionamiento, teniendo como resultado que rechaza toda hipótesis nula y afirmando su hipótesis general.

Finalmente podemos concluir que, se logró implementar el software CRM, en la institución educativa, habiendo pasado etapas de pruebas y funcionamiento, ante una previa capacitación al personal en el área administrativa, debido a que es un nuevo software funcional el cual apoyara a mejorar los procesos, actividades, atención al cliente, incrementando así sus ganancias y acogida en el mercado competitivo.

Palabras Claves: CRM, Gestión administrativa, atención al cliente.

Abstract

In this research work, the objective of implementing a CRM for administrative management in the "Immaculate Heart of Mary" Educational Institution, Puente Piedra, was raised.

The design of this thesis will be of a non-Experimental-transversal type, since the implementation of a CRM will make administrative management in the "Immaculate Heart of Mary" Educational Institution improve its processes, requests and customer service.

For the implementation we will use the Zoho CRM software which has the advantage of being able to use it through its page, which provides a series of tools which will support administrative management, with the great ease that allows us to migrate data from Excel, which will be A lot of help around information managed by the educational institution.

Therefore, the stage of description of results and test of the hypothesis was made, where the implementation stepped to the test of its operation, resulting in rejecting any null hypothesis and affirming its general hypothesis.

Finally we can conclude that, it was possible to implement the CRM software, in the educational institution, having passed stages of tests and operation, before a previous training to the personnel in the administrative area, because it is a new functional software which will support to improve the processes, activities, customer service, thus increasing your earnings and reception in the competitive market.

Key Words: CRM, Administrative management, customer service.

INDICE

Resumen	vi
Abstract	vii
I. Introducción	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2.1 Antecedentes Nacionales.....	13
1.2.2 Antecedentes Internacionales	15
1.4. Formulación al problema	19
1.5. Justificación del estudio	20
II. Método	22
2.1 Diseño de investigación	22
2.1.1 Enfoque de la Investigación	22
2.1.2 Cuantitativo	22
2.1.3 Tipo de Investigación	22
2.1.4 Diseño de Investigación.....	22
2.2 Variables, operacionalización	23
2.2.1 Variables.....	23
2.2.2 Operacionalización de variables.....	24
2.2.2.1 Definición conceptual.....	24
2.2.2.2 Definición Operacional.....	24
2.3.1 Población.....	26
2.3.2 Muestra.....	26
2.3.3 Selección de la unidad de análisis	26

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.4.1 Técnicas de Recolección de Datos	27
2.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos	27
2.4.3 Validez del Instrumento	27
2.4.4 Confiabilidad del Instrumento.....	28
2.5 Métodos de análisis de datos.....	28
2.5.1 Análisis Descriptivo	28
2.5.2 Análisis Inferencial	28
2.6 Aspectos éticos.....	28
III. Resultados.....	28
3.1 Validez y confiabilidad del Instrumento.....	28
3.1.1 Validez del Instrumento.....	28
3.1.2 Confiabilidad del instrumento	30
3.2 Análisis Descriptivo	32
3.2.1 Análisis Descriptivo de la variable: Implementación de un CRM	32
3.2.2 Análisis Descriptivo de la Dimensión 01: Rentabilidad	33
3.2.3 Análisis Descriptivo de la Dimensión 02: Adaptabilidad	34
3.2.4 Análisis Descriptivo de la Dimensión 03: Escalabilidad	35
3.2.5 Análisis Descriptivo de la Dimensión 04: Accesibilidad.....	36
3.3 Análisis descriptivo de la Variable 02: Gestión Administrativa.....	37
3.3.1 Análisis Descriptivo de la Dimensión 01: Comunicación	38
3.3.2 Análisis Descriptivo de la Dimensión 02: Trazabilidad.....	39
3.3.3 Análisis Descriptivo de la Dimensión 03: Funcionalidad	40
3.6 Análisis Descriptivo del segundo objetivo específico	43
3.7 Análisis Descriptivo del tercer objetivo específico	45

3.8 Análisis Inferencial	47
3.8.1 Prueba de Hipótesis General	47
3.8.2 Prueba de Hipótesis Específica 1	48
3.8.3 Prueba de Hipótesis Específica 2	49
3.8.4 Prueba de Hipótesis Específica 3	50
IV Discusión	51
V. Conclusiones	53
VI. Recomendaciones	54
Referencias Bibliográficas	55
Anexos	58

Índice de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	25
Tabla 2: Tabla de rangos de valores de los niveles de validez	28
Tabla 3: Validez de los instrumentos según el juicio de expertos	29
Tabla 4: Interpretación del coeficiente de Alfa de Cronbach	30
Tabla 5: Resumen del procesamiento de los casos.....	30
Tabla 6: De variables Alfa de Cronbach.....	31
Tabla 7: Escala de Valores de Coeficiente de Correlación.....	31
Tabla 8: Análisis Descriptivo variable Implementación de un CRM.....	32
Tabla 9: Análisis Descriptivo variable Rentabilidad.....	33
Tabla 10: Análisis Descriptivo de Dimensión Adaptabilidad	34
Tabla 11: Análisis Descriptivo de la Dimensión Escalabilidad	35
Tabla 12: Análisis Descriptivo de la Dimensión Accesibilidad	36
Tabla 13: Análisis Descriptivo de la variable Gestión Administrativa	37

Tabla 14: Análisis Descriptivo de la Dimensión Comunicación.....	38
Tabla 15: Análisis Descriptivo de la Dimensión Trazabilidad.....	39
Tabla 16: Análisis Descriptivo de la Dimensión Funcionalidad.....	40
Tabla 17: Primer Objetivo Específico	41
Tabla 18: Segundo Objetivos Específico.....	43
Tabla 19: Tercer Objetivo Específico.....	45
Tabla 20: Prueba de Hipótesis General	47
Tabla 21: Prueba de Hipótesis Específica 01	48
Tabla 22: Prueba de Hipótesis Específica 02	49
Tabla 23: Prueba de Hipótesis Específica 03	50

Índice de Figuras

Ilustración 1: Relación de variables.....	23
Ilustración 2: Implementación de un CRM	32
Ilustración 3: Rentabilidad.....	33
Ilustración 4: Adaptabilidad	34
Ilustración 5: Escalabilidad	35
Ilustración 6: Accesibilidad.....	36
Ilustración 7: Gestión Administrativa.....	37
Ilustración 8: Comunicación.....	38
Ilustración 9: Trazabilidad.....	39
Ilustración 10: Funcionalidad	40
Ilustración 11: Relación entre la implementación de un CRM y Comunicación	42
Ilustración 12: Relación entre implementación de un CRM y la Trazabilidad	44
Ilustración 13: Relación entre implementación de un CRM y la Funcionalidad de Procesos...	46

I. Introducción

1.1 Realidad Problemática

Últimamente se ha dado un desarrollo exponencial en investigaciones y estudios acerca de la Atención al Cliente como factor importante en el desarrollo y crecimiento de muchas empresas. El cambio del paradigma tradicional ha cambiado el conocimiento acerca de los clientes y desarrollando comunicaciones bidireccionales en ambas partes, permitiendo generar valor para el cliente como para la empresa. A todo este nuevo panorama las instituciones académicas no pueden ser ajenas y deben prepararse para los cambios de un mundo globalizado y que posee muchas oportunidades y ventajas donde persiste la Atención al Cliente y la buena Comunicación. Según (Zapata, 2000, p.45), los centros educativos desarrollan sus actividades en el ciclo actual, donde tendrán ambientes competitivos con ello el incremento de la oferta dada de manera internacional y nacional.

En la actualidad varias empresas nacionales tienen la necesidad perfeccionar su ámbito comercial, gestionar de mejor manera la información de sus clientes, obteniendo, generando así un valor agregado en su servicio, de esta manera se deciden por adquirir un CRM (Customer Relationship Management), el cual brinda como soporte informático, existen diferentes modalidades de adquirirlos como son los gratuitos , de pago y Open Source (Código abierto), el principal factor decisivo para adquirir uno es que este se adecue a sus necesidades.

El principal problema de la I.E.P “Inmaculado Corazón de María”, es que no presenta una adecuada comunicación con clientes (padres de familia) ya que es una institución que brinda servicios educativos, lo cual origina pérdidas entorno a captación de nuevos alumnos, debido al mal manejo de información y estrategias de marketing. Cuentan con dos personas encargadas que realizan la captación mediante redes sociales y telefónica, ofreciendo por esos medios sus servicios, la información de clientes a las cuales tenía acceso y mantenían actualizada se encontraba almacenada en libros de Microsoft Excel y algunos registros administrativos, el cual origina una desorganización, dificultando así las

consultas de información actualizada y específica. Además, pudimos encontrar que el personal que trabajaba no mantenía una correcta organización entorno a actividades a realizar diariamente, por lo imposibilitaba la evaluación de desempeño constante.

A raíz de estos problemas surge la necesidad de implementar un sistema crm que apoye con el proceso de comunicación estandarizada y óptima, un sistema que apoye a controlar las actividades diarias realizadas por el personal, para evitar que diversas actividades queden pendientes o no atendidas. Además, tener la información ordenada, actualizada, disponible y accesible desde cualquier lugar para el personal involucrado en el proceso del negocio.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1 Antecedentes Nacionales

- MURGA Aranda, Enrique. “Estrategias tecnológicas basadas en el CRM y su efecto en la relación con los clientes de la Institución Educativa Particular Jesús de Belén”. Tesis (Título Profesional de Ingeniero de Sistemas). Huancavelica: Universidad Nacional de Huancavelica. Peru. 2013. 45 p.
Su objetivo es poder reconocer estrategias tecnológicas basada en CRM's para poder mejorar la relación de los clientes con la I.E.P “Jesús de Belén”. El tipo de investigación aplicada fue “Tecnológico” por qué se desarrolló en base a hechos sólidos, de tal manera que ayudaron a reconocer y controlar las manifestaciones que lo rodean. Además, se aplicó la investigación de tipo “Descriptiva” de tal manera que pueda explicar eventos y momentos descubiertos post aplicación de la encuesta. Como conclusión, se logró decir que los cambios a nivel institucional manifestado por los empleados en aspectos globales piden mejoras en la comunicación, que se realice la construcción de la academia preuniversitaria, la mejora en la atención que se brinda a los clientes, implementación de un buzón de quejas y sugerencias, una renovación de infraestructura tecnológica y mejora de procesos

relacionados. Los tutores se encuentran objetivamente complacidos y dan a opinar sería bueno usar aparatos electrónicos e informáticos para mejorar la comunicación bidireccional mejorando así los procesos que tienen dichas instituciones, con ello brindando una mejor calidad en la educación y a base de esto justificando la propuesta sobre estrategia de negocio basada en CRM.

- ROJAS Medina, Luis. “Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicios”. Tesis (Título Profesional de Ingeniero Industrial). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.Peru.2017.28 p.

Dentro en subjetivo es evaluar la forma en Cómo se gestiona su atención con el cliente a base de una implementación de una herramienta informática y estrategia de negocio que es el crm dentro de una empresa del sector de servicios. Dicha investigación fue correlativa porque Busco hallar una relación entre 1 o más definiciones. Dentro de ese trabajo Se llegó a realizar un análisis de la herramienta informática conjunto con estrategia de negocio para la optimización de fidelización del cliente. este mitigación fue realizada por personal altamente capacitado en el área comercial informática llegando a concluir que una implementación de un sistema crm ayuda utilizar la gestión con el usuario hacia una entidad de servicios es decir aumento objetivamente La fidelidad del cliente con dicha empresa.

- MATOS Lurquin, Wendy. “Análisis y Diseño de un sistema que implemente la estrategia CRM personalización para Instituciones Educativas Postgrados”. Tesis (Título de Ingeniero Informático). Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru.Peru.2006.66 p.

Su objetivo dentro de esta investigación es realizar el objetivo análisis y diseño una herramienta informática que soporte la estrategia CRM, basado en conocimientos de marketing uno a uno y empleando métodos orientados a objetos la presente investigación es desarrollada en una guía metodológica para la implementación Y personalización de un sistema con el objetivo de brindar algo más sencillo para realizar los proyectos con éxito. Las diversas

entidades asumen el reto para enfocarse en el cliente ya que deben tener en cuenta que la implementación es el cuarto paso para así poder optar una estrategia CRM. La siguiente investigación llega a la conclusión que dentro de los negocios que se encuentran en diversificación o cambios, los clientes son cada vez más informados, con abundante o con el aumento de competidores, el marketing y las herramientas web, para ello una entidad o empresa tiene que darse y mantener una visión centrada en los productos para así poder representar su estrategia de negocio y brindar al cliente una perspectiva de calidad, involucrando conceptos de estrategia CRM, apoyo de la tecnología y el conocimiento de la fidelidad del cliente hacia la entidades.

1.2.2 Antecedentes Internacionales

- VASQUEZ Largo, John. “Desarrollo estratégico desde el enfoque CRM para instituciones educativas de educación superior caso: universidad nacional de Colombia, sede Manizales”. Tesis (Titulo Magister en Administración). Manizales: Universidad Nacional de Colombia. Colombia.2011.56 p.
Dentro de su objetivo puede desarrollar las relaciones dentro un enfoque CRM, alineada al conocimiento, la satisfacción y la fidelización de los alumnos de dicha universidad. Esta investigación es descriptiva y de tipo exploratorio ya que llega a realizar sobre un tema dentro de las instituciones educativas, especialmente en Colombia, Viaje ácido muy poco estudiado y a la vez establece una caracterización con los estudiantes a través de la perspectiva sobre los servicios que se ofrecen dentro de la institución, siendo así su resultados llegar a construir una visión nueva sobre el tema, representando una fracción de la realidad con características de las variables analizadas. Se llega a la conclusión qué el cambio hacia la cultura centrada da valor a un compromiso con el cliente y así se debe iniciar con la alta dirección puesta Qué es fundamental para lograr la gestión y comunicación dentro de un cambio institucional. Los recursos básicos serán empleados para realizar el cambio y así resolver adecuadamente a través de la interacción con los usuarios o los estudiantes llegar a que cada uno de ellos Tenga un rol

activo haciéndose partícipe tanto en el diseño como en la presentación del servicio, en la cual la tecnología es la base para el sustento y administración de los datos recolectados sobre los estudiantes, el tiempo y una adecuada gestión de las relaciones con los clientes.

- GARRIDO Moreno, Aurora. “La gestión de relaciones con clientes (CRM) como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español”. Tesis (Título Doctoral en Organización de Empresas). Málaga: Universidad de Málaga. España. 2008.6 p.

El principal objetivo fue analizar la definición crm, haciendo énfasis en su delimitación conceptos teóricos con el fin de iniciar hacia una definición I marco teórico integrador. El tipo de investigación es empírico y documental ya que está basada en Fuentes secundarias, permitiendo así realizar la búsqueda, consulta y localización de una literatura empírica y teórica. Se llega a la conclusión que entre ese trabajo de investigación consideramos el crm como estrategia de negocio, y tras analizar diversas fuentes ofrecemos nuestra propia definición, de manera que conceptualizamos al crm, Qué es una estrategia de negocio qué Busca la fidelidad con los clientes basadas en el conocimiento utilizando a las tecnologías de la información como apoyo y soporte de estas, implicando una rediseñación de la entidad y de sus procesos de tal forma, al ofertar la entidad pueda satisfacer objetivamente las necesidades del cliente generando una relación de lealtad a largo plazo y mutuamente beneficiosa.

- AQUINO Ortega, Said. “Estrategia para la evolución del CMR a customer centric en la industria cosmética”. Tesis (Título Ingeniería en Computación). México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México. Mexico.2014. 8 p. Su principal objetivo fue cotizar en “Estrategia para la evolución del CRM a Customer Centric en la industria cosmética”, , llegando así analizar el estado de dicha investigación y sus principales factores kevan a participar dentro de la evolución del investigación. Además analizar los factores qué se relacionan entre sí, y el efecto de los mismos es los resultados del crm. Dentro

de esta investigación se metodología Trío para alcanzar los objetivos planeados, por ello la investigación es documental de forma empírica y la experiencia laboral adquirida. Dentro de la investigación documental fue basada en Fuentes secundarias ya que nos permitió Buscar localizar y consultar teorías relacionadas al tema. Llegando a concluir partiendo de la importancia de la estrategia del sector cosmetológico Se observa que las entidades Buscar diversas prácticas de gestión que aseguren su forma de competir y supervivencia dentro del mercado laboral en especial las que tienen relación con el cliente para el ámbito de la gestión cosmética de tal forma hemos abarcado a dicho sector, examinando el grado de implementación Y evolución dentro del crm hacia customer centric.

1.3. Teorías relacionadas al tema

➤ Teoría relacionada a un CRM

Valle (2015, p.9): “Indica que un CRM – es hoy en día una herramienta ampliamente utilizada por las organizaciones por permitir la integración de todos los contactos con los clientes y así ayudarles a relacionarse mejor con los consumidores finales u otras empresas”.

Quintales (2015, p.31): Indica que la estrategia CRM no sólo radica en ciertas áreas, sino en toda la compañía, ya que en algún momento todas éstas llegan a tener contacto directo con los clientes, por lo que se debe tener un compromiso por parte de todos los miembros de la compañía para cumplir con los objetivos establecidos, alcanzarlos y buscar mantener una óptima relación con el usuario dentro del ciclo de vida del producto. Al lograr implementar la estrategia de una manera correcta por parte de todo el personal, como se mencionó en el capítulo anterior, se obtendrán una serie de ventajas para la compañía: Nuevos clientes, Distingo competitivo, Retención y lealtad de clientes, Realización de Ventas cruzadas, Clientes más rentables, Incremento de ventas, Reducción en costos de mercadotecnia y Recuperación de clientes.

- Rentabilidad

Zamora (2014, p.30): Indica que la rentabilidad está vinculada entre la utilidad y la inversión la cual es necesaria para lograrlo, dado que mide la efectividad entorno a la gerencia que está dado en una empresa. Este es demostrado por las utilidades las cuales son obtenidas tras las ventas que han sido realizadas.

- Adaptabilidad

Correidora (2016): Indica que está dado por herramientas las cuales pueden ser configurables para la adaptación de las necesidades de la empresa. Con ello debe ser posible añadir funcionalidades, módulos según las necesidades que este requiera y el desarrollo de integraciones dadas con otras herramientas (párr. 11).

- Escalabilidad

Correidora (2016): Indica que la herramienta puede crecer periódicamente así como lo realiza la empresa. Tras la implementación de un CRM apoya con el proceso de adaptarse y tiene un valor, por lo cual deberíamos verse obligados a cambiar dicho software si la empresa lo requiriera (párr. 11).

- Accesibilidad

Correidora (2016): Indica que la herramienta es totalmente accesible desde cualquier lugar, por ello hoy en día las empresas tienen las necesidades de movilidad comercial, por lo cual herramientas como CRM son las ideales (párr. 11).

- Gestión Administrativa

- Representación de la UNESCO en el Perú (2011) Define que “Las acciones o estrategias de diversos entornos sobre la mano de obra, procesos técnicos, tiempo, segura y higiene, entre otros relacionados con una entidad educativa, dado que al cumplir la normalidad y cumplan sus funciones, con el objetivo de hacer fuerte los procesos relacionados con el aprendizaje y enseñanza.” (p. 36).

- Comunicación

Pontificia Universidad Javeriana de Cali (2015) Indica que para poder generar acuerdos los cuales puedan apoyar con la gestión y realizar vínculos, relaciones sólidas, de manera respetuosas con diferentes personas y equipos de trabajo. La comunicación es la demanda o capacidad para argumentar, preguntar, escuchar a interlocutores de las iniciativas a tomar y los procesos propuestos. Con el fin de lograr la interacción de su labor y valoren el uso de servicios generados dados desde su dependencia (párr. 2).

- Trazabilidad

Pérez, Galán y Quintal (2015) Indica que apoya a identificar desde el origen hasta las diferentes etapas de un proceso dado de producción y la distribución de insumos y bienes (p. 123).

- Funcionalidad de Procesos

Riquelme (2012): Indica que la funcionalidad administrativa está orientado en la realización de diversas actividades o también deberes en el tiempo, de la mano con la coordinación de manera eficaz e eficiente en grupo de trabajo de los demás (párr. 3).

1.4. Formulación al problema

- Problema General

¿De qué manera influye la implementación de un CRM para la gestión administrativa en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, puente piedra?

- Problemas Específicos

- ✓ PE1: ¿De qué manera influye la implementación de un CRM en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra?

- ✓ PE2: ¿De qué manera influye la implementación de un CRM en la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra?
- ✓ PE3: ¿De qué manera influye la implementación de un CRM en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra?

1.5. Justificación del estudio

Este trabajo de investigación está justificado, ya que nos permitirá implementar un CRM para la gestión administrativa en la institución educativa Inmaculado Corazón de María en Puente Piedra. Debido a que, si no se implementa esta herramienta tecnológica llamada CRM, la rentabilidad entorno económica en la institución decaerá, perjudicando a si a la calidad del servicio educativo el cual imparte e insatisfacción de clientes por la mal gestión el cual emplean. Durante mucho tiempo solo se ha utilizado herramientas de office como el Excel para el procesamiento de sus datos. Dado eso existen soluciones como esta herramienta el cual apoyara a mejorar el proceso el cual se ejecuta en la gestión administrativa, pudiendo así agilizar procesos, solicitudes, ahorro de tiempo en la atención, mejoramiento del trato, comunicación hacia el cliente, ayudando así al incremento de rentabilidad económica dentro de la institución.

1.6. Hipótesis características y tipos

➤ Hipótesis General

La implementación de un CRM influye positivamente en la gestión administrativa en la institución educativa “Inmaculado corazón de maría”, puente piedra.

➤ Hipótesis Específicas

- ✓ HE1: La implementación de un CRM influye positivamente en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- ✓ HE2: La implementación de un CRM influye positivamente en mejora la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- ✓ HE3: La implementación de un CRM influye positivamente en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

1.7. Objetivo

Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM para la gestión administrativa en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, puente piedra.

➤ Objetivos Específicos

- ✓ Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- ✓ Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM en la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- ✓ Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

II. Método

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Enfoque de la Investigación

2.1.2 Cuantitativo: Hernández (2014 p.4), Define que, “Un enfoque cuantitativo se da en recolectar datos, para que así de esta manera probar la hipótesis con sustento de una medición numérica y así poder realizar su análisis estadístico con la finalidad de probar su teoría”

2.1.3 Tipo de Investigación

- **Aplicativo:** Bunge (2008, p.40), Define que, “ La investigación es aplicada solo si está orientada la intervención, sin embargo no solo se debe tratar de una deliberación deliberada en base de experimentos, sino que está dada por objetivos de las necesidades de la población”
- **Descriptivo:** Hernández (2014, p.92) Indica que “los estudios descriptivos el objetivo es especificar propiedades e importantes características del fenómeno a analizar, también describe las tendencias de una población o grupo”.
- **Correlacional:** Hernández (2014, p.93) Indica el “Estudio correlacional se asocian variables a través de un patrón el cual se puede predecir para el estudio de una población o grupo”.

2.1.4 Diseño de Investigación

- **No Experimental:** Hernández (2014, p.152) Define que “Dicha investigación es no experimental porque no realiza la manipulación de una variable y solo se pueden visualizar los diversos fenómenos en su estado natural para luego pasar a analizar”.
- **Descriptivo** Hernández (2014, p.92) Indica que “los estudios descriptivos su propósito es especificar características y propiedades que son dados de manera relevante de cualquier fenómeno que se pretende analizar. También describe las tendencias dadas en una población o grupo”.

- Transversal: Hernández (2014, p.154) indica que “El diseño transversal es una investigación que permite recopilar información en un tiempo único”.
- Correlacional: Hernández (2014, p.93) Define que “Su estudio es correlacional cuando se asocian variables mediante un patrón para un determinado grupo o población”.

El siguiente esquema corresponde a este tipo de diseño:

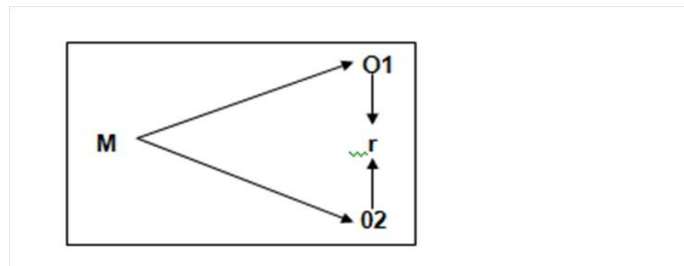


Ilustración 1: Relación de variables

- Dónde:
- M = Muestra
- O₁ = Observación de la Implementación de un CRM
- O₂ = Observación de la Gestión Administrativa
- r = Correlación entre dichas variables

2.2 Variables, operacionalización

2.2.1 Variables

V1: Implementación de un CRM

D1: Rentabilidad

D2: Adaptabilidad

D3: Escalabilidad

D4: Accesibilidad

V2: Gestión Administrativa

D1: Comunicación

D2: Trazabilidad

D3: Funcionalidad de procesos

2.2.2 Operacionalización de variables

2.2.2.1 Definición conceptual

- Implementación de un CRM

Valle (2015, p.12), Indica que las herramientas de CRM tratan de resolver el problema de consolidar toda la información para proporcionar de manera concisa una perspectiva de toda la empresa al cliente, integrando los procesos de negociaciones relacionados con el cliente y la consolidación de la información sobre el a partir de múltiples medios de comunicación de tal forma de que la empresa pueda presentar una cara consistente al cliente”.

- Gestión Administrativa

Roque (2016, p.35) Define que, “La gestión administrativa se da por un conjunto de actividades de las cuales están orientados al logro de dichos objetivos que una institución se plantea, que es a base del cumplimiento de una correcta aplicación del proceso que toma criterios como planear, dirigir, controlar y organizar.

2.2.2.2 Definición Operacional

- Implementación de un CRM: Según esta investigación se llegara a medir con 4 dimensiones además de 9 indicadores. Por consiguiente se llegó a utilizar una técnica de encuesta con su debido instrumento el cuestionario que estaba hace de 18 ítems en escala de Likert.
- Gestión Administrativa. Según esta investigación se llegara a medir con 4 dimensiones además de 9 indicadores. Por consiguiente se llegó a utilizar una técnica de encuesta con su debido instrumento el cuestionario que estaba hace de 18 ítems en escala de Likert.

Tabla 1: *Operacionalización de variables*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1: Implementación de un CRM	Valle (2015, p.12), Indica que las herramientas de CRM tratan de resolver el problema de consolidar toda la información para proporcionar de manera concisa una perspectiva de toda la empresa al cliente, integrando los procesos de negociaciones relacionados con el cliente y la consolidación de la información sobre el a partir de múltiples medios de comunicación de tal forma de que la empresa pueda presentar una cara consistente al cliente”.	Según esta investigación se llegara a medir con 4 dimensiones además de 9 indicadores. Por consiguiente se llegó a utilizar una técnica de encuesta con su debido instrumento el cuestionario que estaba hace de 18 ítems en escala de Likert.	Rentabilidad	Utilidad de los recursos Ganancias	Ordinal
			Adaptabilidad	Portable Estructurable	
			Escalabilidad	Confiable Beneficioso	
			Accesibilidad	Disponibilidad Modificable Sencillez	
V2: Gestión Administrativa	Roque (2016, p.35) Define que, “La gestión administrativa se da por un conjunto de actividades de las cuales están orientados al logro de dichos objetivos que una institución se plantea, que es a base del cumplimiento de una correcta aplicación del proceso que toma criterios como planear, dirigir, controlar y organizar.	Según esta investigación se llegara a medir con 4 dimensiones además de 9 indicadores. Por consiguiente se llegó a utilizar una técnica de encuesta con su debido instrumento el cuestionario que estaba hace de 18 ítems en escala de Likert.	Comunicación	Tiempo Relación entre personas Satisfacción	Ordinal
			Trazabilidad	Control Procesos Servicio	
			Funcionalidad de Procesos	Interacción Planificación Organización	

2.3 Población y muestra, selección de la unidad de análisis.

2.3.1 Población

La población total del área de trabajo de muestra metodología de la investigación es de 300

2.3.2 Muestra

La muestra que resulto luego de aplicar la formula asignada del muestreo es el siguiente:

$$n = \frac{NZ^2 p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2 p(1-p)}$$

Muestreo	
Población (personas)	300
Nivel de Confianza	1.96
Variabilidad Positiva	0.5
Error	0.05
El muestreo = 169 personas	

2.3.3 Selección de la unidad de análisis

La muestra seleccionada son los trabajadores y clientes en la presente investigación, los cuales tienen vínculo con la institución educativa, ayudando así con la realización de la encuesta la cual será aplicada a la población la cual ya está definida.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas de Recolección de Datos

- La encuesta

Navia (2008, parr.3) Define que “Es una herramienta diseñada, aplicada y elaborada de una forma rigurosa el cual ayuda a recopilar datos importantes sobre fenómenos que pasan dentro de una determinada población [...]”.

2.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos

- El cuestionario

✓ Martínez (2002, p.20) Indica que “Son fenómenos sociales, sin embargo es el más reutilizado para obtener datos, consistente en una serie de preguntas sobre una variable que se desea medir”.

- Escala de Likert

✓ Hernández (2014, p.238), Define qué, "Conjunto de ítems en forma de afirmaciones lo cual son de suma importancia con la relación de los usuarios o los que intervienen ya que presenta al sujeto una serie de categorías asignando a cada categoría de cinco un valor numérico para su recopilación”.

2.4.3 Validez del Instrumento

La validez del instrumento está dada por el juicio de expertos, el cual es conformado por docentes expertos en la investigación. Para validar el instrumento se entregó a los expertos la tabla operacional de las variables que este dado por la ficha de validación y el instrumento.

2.4.4 Confiabilidad del Instrumento

Se llegó a utilizar alfa Cronbach, ya que presenta un cuestionario en base de opciones por incógnitas o escala de Likert.

2.5 Métodos de análisis de datos

2.5.1 Análisis Descriptivo

Se llegó a emplear tablas de frecuencias y gráficos estadísticos.

2.5.2 Análisis Inferencial

Para constatar la hipótesis se usó coeficiente RHO de Spearman.

2.6 Aspectos éticos

Son normas de la universidad sobre el trabajo debe ser original las citas deben tener referencias, se tomó en cuenta las referencias bibliográficas de la base teórica relacionada a la investigación.

III. Resultados

3.1 Validez y confiabilidad del Instrumento

3.1.1 Validez del Instrumento

Tabla 2: *Tabla de rangos de valores de los niveles de validez*

Valores	Niveles de validez
91 – 100	Excelente
81 – 90	Muy bueno
71 – 80	Bueno
61 – 70	Regular
51 – 60	Deficiente

Fuente: Cabanillas (2004, p.76)

Tabla 3: Validez de los instrumentos según el juicio de expertos

Indicadores	Criterios	Expertos		
		Dr. Gálvez Tapia Orleans	DR. Ramírez Ríos Alejandro	Mg. Ríos Herrera Josué Joel
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.	80%	85%	90 %
Objetividad	Está expresado en conductas observables.	80%	85%	90 %
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	80%	85%	90 %
Organización	Existe una organización lógica.	80%	85%	90 %
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	80%	85%	90 %
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la metodología basada en la resolución de problemas contextualizados.	80%	85%	90 %
Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos.	80%	85%	90 %
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	80%	85%	90 %
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.	80%	85%	90 %
Oportunidad	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.	80%	85%	90 %
Totales		80%	85%	90 %

Fuente: Instrumentos de opinión de expertos

Interpretación

Dentro del **Juicio de Expertos fue de 85%** llegando así su promedio de validez y según la tabla de niveles de validez, nuestro instrumento presenta una validez buena, por ello es válido y aplicable

3.1.2 Confiabilidad del instrumento

Tabla 4: Interpretación del coeficiente de Alfa de Cronbach

Rangos Magnitud	Confiabilidad
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Tabla 5: Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	10	100,0
Casos <u>Excluidos^a</u>	0	,0
Total	10	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6: *De variables Alfa de Cronbach*

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Implementación de un CRM	,787	18
Gestión Administrativa	,845	18

Como el coeficiente Alfa de Cronbach resultó superior a 0,81 el instrumento **tiene confiabilidad muy alta**; por lo tanto, el instrumento se puede aplicar a la muestra de estudio.

Tabla 7: *Escala de Valores de Coeficiente de Correlación*

Escala	Interpretación
1.00	Correlación positiva perfecta
0.90-0.99	Correlación positiva muy fuerte
0.70-0.89	Correlación muy alta
0.49-0.69	Correlación moderada
0.29-0.39	Correlación baja
0.10-0.19	Correlación muy baja
0	no existe correlación

Fuente: Martínez, Gretel, Cortez Manuel y Pérez, Annie (2016)

3.2 Análisis Descriptivo

3.2.1 Análisis Descriptivo de la variable: Implementación de un CRM

Tabla 8: *Análisis Descriptivo variable Implementación de un CRM*

Implementación de un CRM				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	52	17,3	17,3
	Regular	133	44,3	61,7
	Buena	39	13,0	74,7
	Muy Buena	76	25,3	100,0
	Total	300	100,0	

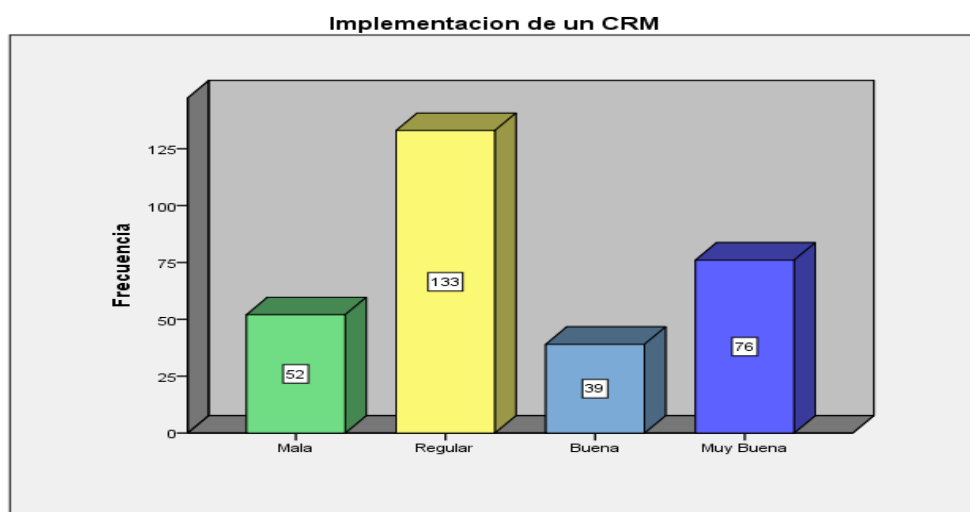


Ilustración 2: Implementación de un CRM

Interpretación:

Según la Tabla 08 y Figura 02 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 17.3% correspondiente a 52 personas opinan que será mala la implementación de un crm, 44.3% correspondiente a 133 personas opinan que sería regular, 13% correspondiente a 39 personas opinan que sería buena y un 25.3% correspondiente a 76 personas opinan que sería muy buena.

Rentabilidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	65	21,7	21,7	21,7
	Regular	95	31,7	31,7	53,3
	Buena	73	24,3	24,3	77,7
	Muy Buena	67	22,3	22,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

3.2.2 Análisis Descriptivo de la Dimensión 01: Rentabilidad

Tabla 9: Análisis Descriptivo variable Rentabilidad

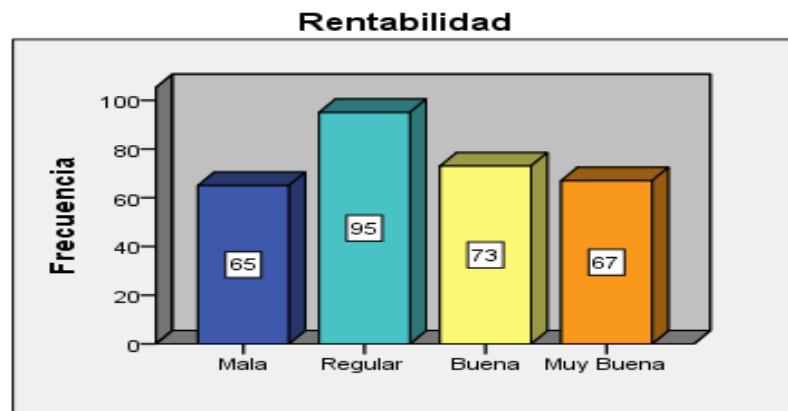


Ilustración 3: Rentabilidad

Interpretación:

Según la Tabla 09 y Figura 03 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 21.7% correspondiente a 65 personas afirman que la rentabilidad tras la implementación sería mala, 31.7% correspondiente a 95 personas afirman que sería regular, 24.3% correspondiente a 73 personas afirman que sería bueno y un 22.3% correspondiente a 67 personas afirman que sería muy bueno.

3.2.3 Análisis Descriptivo de la Dimensión 02: Adaptabilidad

Tabla 10: *Análisis Descriptivo de Dimensión Adaptabilidad*

		Adaptabilidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	59	19,7	19,7	19,7
	Regular	75	25,0	25,0	44,7
	Buena	122	40,7	40,7	85,3
	Muy Buena	44	14,7	14,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

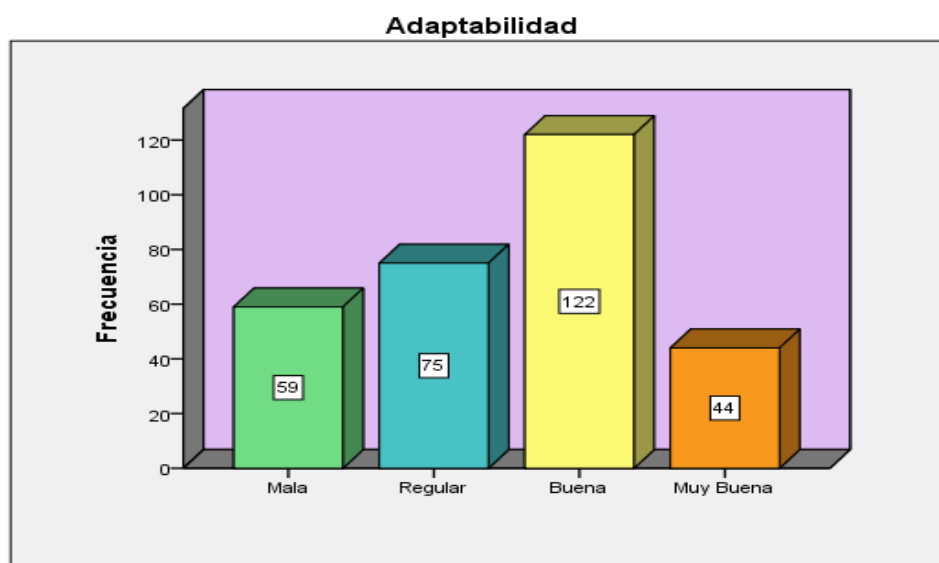


Ilustración 4: Adaptabilidad

Interpretación:

Según la Tabla 10 y Figura 04 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 19.7% correspondiente a 59 personas afirman que la adaptabilidad tras la implementación sería mala, 25% correspondiente a 75 personas afirman que sería regular, 40.7% correspondiente a 122 personas afirman que sería buena y un 14.7% correspondiente a 44 personas afirman que sería muy buena.

3.2.4 Análisis Descriptivo de la Dimensión 03: Escalabilidad

Tabla 11: *Análisis Descriptivo de la Dimensión Escalabilidad*

		Escalabilidad			
		Frecuenci	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a		válido	acumulado
Válidos	Mala	64	21,3	21,3	21,3
	Regular	111	37,0	37,0	58,3
	Bueno	62	20,7	20,7	79,0
	Muy				
	Bueno	63	21,0	21,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

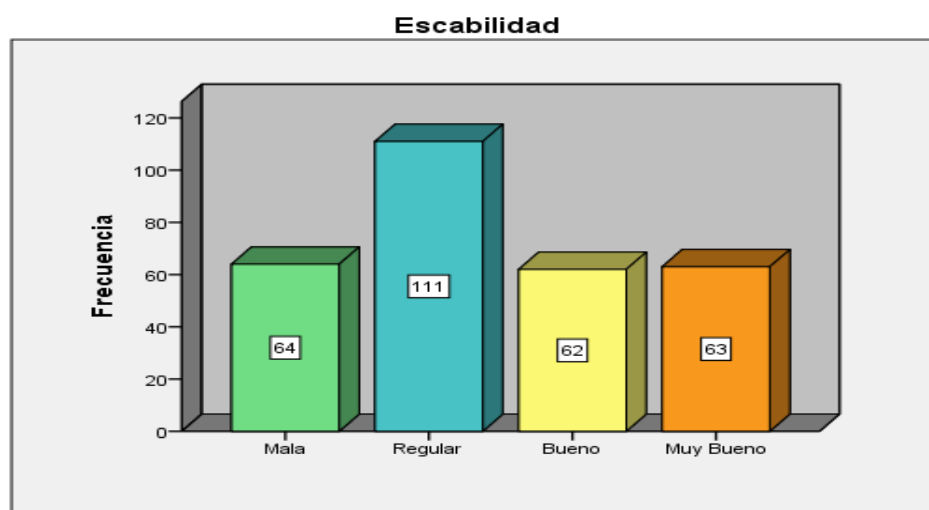


Ilustración 5: Escalabilidad

Interpretación:

Según la Tabla 11 y Figura 05 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 21.3% correspondiente a 64 personas afirman que la escalabilidad tras la implementación sería mala, 37% correspondiente a 111 personas afirman que sería regular, 20.7% correspondiente a 62 personas afirman que sería bueno y un 21% correspondiente a 63 personas afirman que sería muy bueno.

3.2.5 Análisis Descriptivo de la Dimensión 04: Accesibilidad

Tabla 12: *Análisis Descriptivo de la Dimensión Accesibilidad*

Accesibilidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	64	21,3	21,3
	Regular	100	33,3	54,7
	Buena	91	30,3	85,0
	Muy Buena	45	15,0	100,0
	Total	300	100,0	

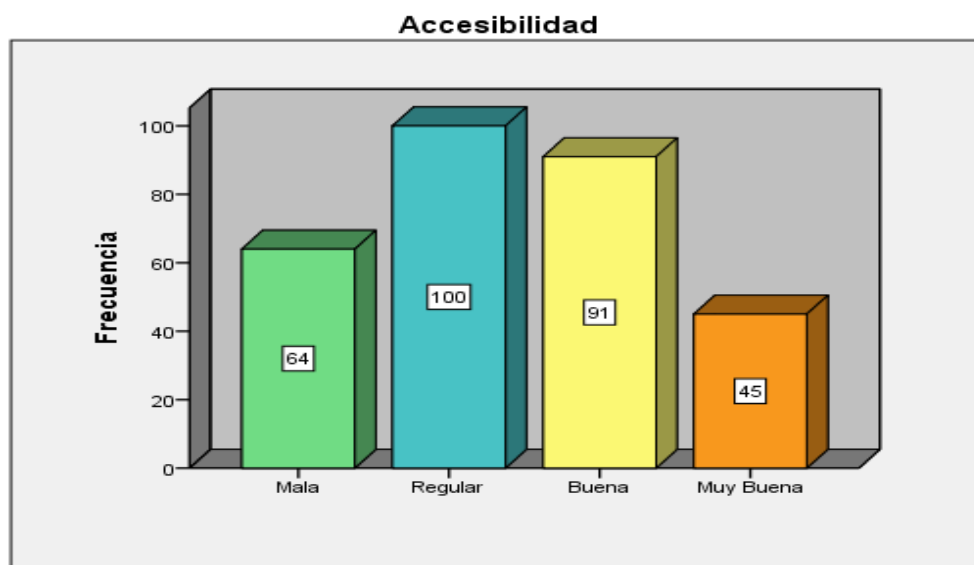


Ilustración 6: Accesibilidad

Interpretación:

Según la Tabla 12 y Figura 06 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 21.3% correspondiente a 64 personas afirman que la accesibilidad tras la implementación sería mala, 33.3% correspondiente a 100 personas afirman que sería regular, 30.3% correspondiente a 91 personas afirman que sería bueno y 15% correspondiente a 45 personas afirman que sería muy bueno.

3.3 Análisis descriptivo de la Variable 02: Gestión Administrativa

Tabla 13: *Análisis Descriptivo de la variable Gestión Administrativa*

Gestión Administrativa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	71	23,7	23,7
	Regular	75	25,0	48,7
	Buena	88	29,3	78,0
	Muy Buena	66	22,0	100,0
	Total	300	100,0	

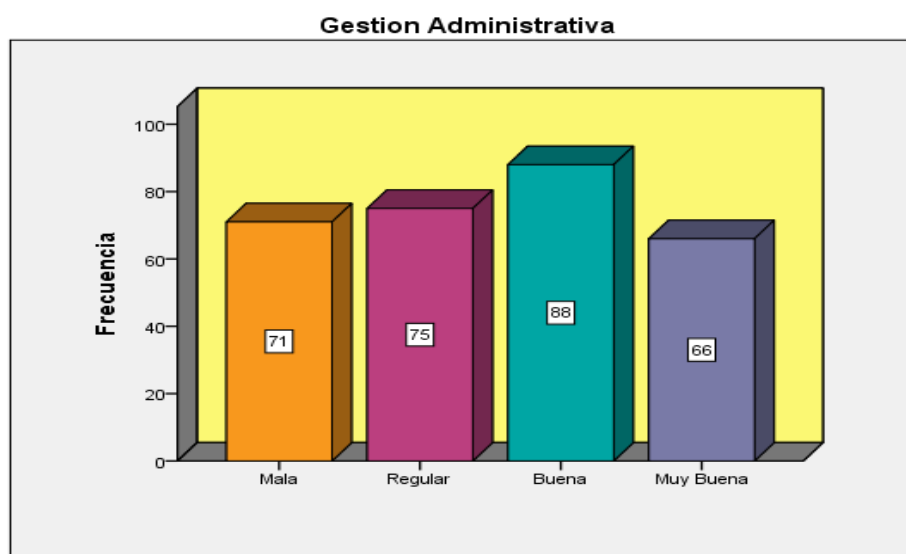


Ilustración 7: Gestión Administrativa

Interpretación:

Según la Tabla 13 y Figura 07 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 23.7% correspondiente a 71 personas afirman que la gestión administrativa es mala, 25% correspondiente 75 afirman que es regular, 29.3% correspondiente a 88 personas afirman que es bueno y un 22% correspondiente a 66 personas afirman que sería muy buena.

3.3.1 Análisis Descriptivo de la Dimensión 01: Comunicación

Tabla 14: Análisis Descriptivo de la Dimensión Comunicación

		Comunicación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
Válidos	Mala	50	16,7	16,7	16,7
	Regular	76	25,3	25,3	42,0
	Buena	130	43,3	43,3	85,3
	Muy buena	44	14,7	14,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

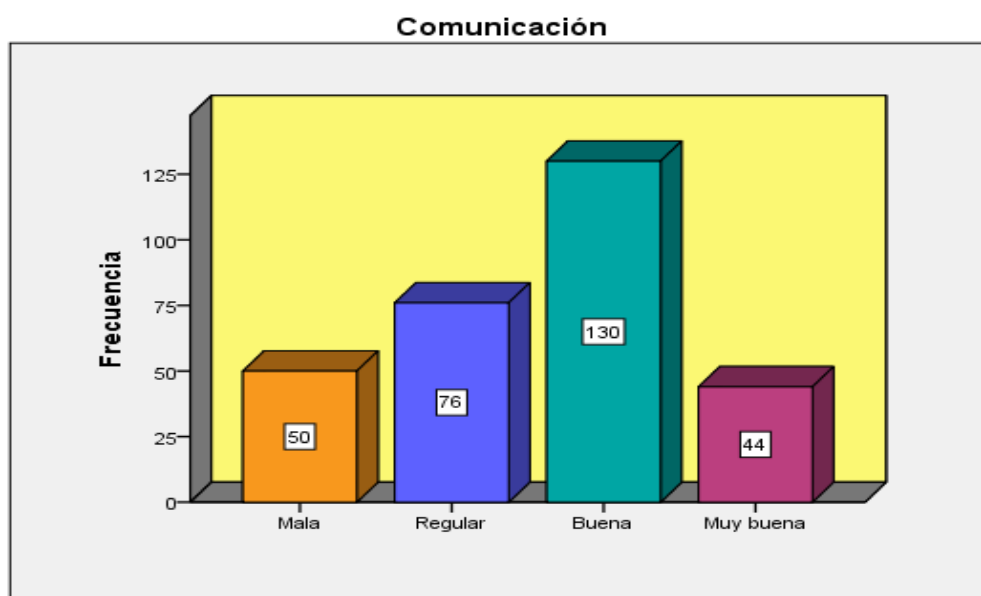


Ilustración 8: Comunicación

Interpretación:

Según la Tabla 14 y Figura 08 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 16.7% correspondiente 50 personas afirman que la comunicación dentro de la gestión administrativa es mala, 25.3% correspondiente a 76 personas afirman que es regular, 43.3% correspondiente a 130 personas afirman que sería bueno y un 14.7% correspondiente a 44 personas afirman que sería muy bueno.

3.3.2 Análisis Descriptivo de la Dimensión 02: Trazabilidad

Tabla 15: *Análisis Descriptivo de la Dimensión Trazabilidad*

		Trazabilidad			
		Frecuenci	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a		válido	acumulado
Válidos	Mala	74	24,7	24,7	24,7
	Regular	63	21,0	21,0	45,7
	Buena	96	32,0	32,0	77,7
	Muy Buena	67	22,3	22,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

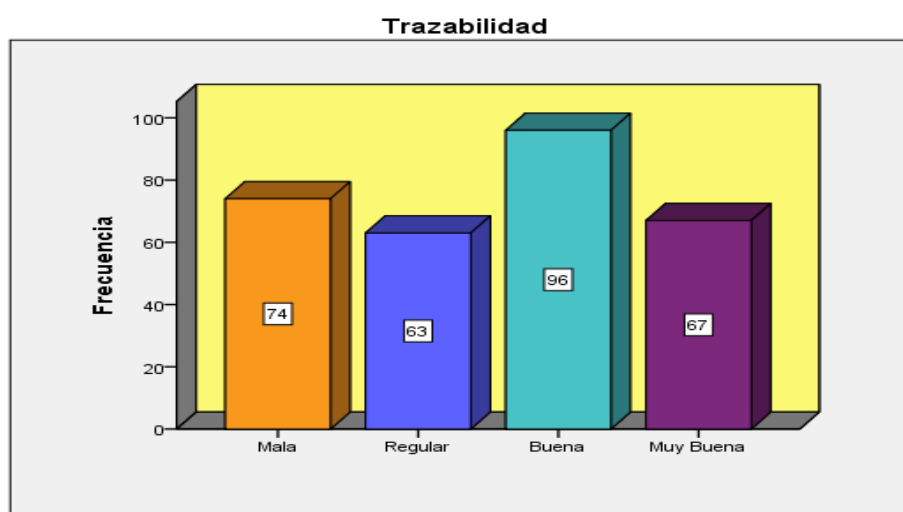


Ilustración 9: Trazabilidad

Interpretación:

Según la Tabla 15 y Figura 09 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 24.7% correspondiente 74 personas afirman que la trazabilidad en la gestión administrativa es mala, 21% correspondiente a 63 personas afirman que es regular, 32% correspondiente a 96 personas afirman que es bueno y un 22.3% correspondiente a 67 personas afirman que es muy buena.

3.3.3 Análisis Descriptivo de la Dimensión 03: Funcionalidad

Tabla 16: *Análisis Descriptivo de la Dimensión Funcionalidad*

		Funcionalidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
Válidos	Mala	56	18,7	18,7	18,7
	Regular	114	38,0	38,0	56,7
	Buena	70	23,3	23,3	80,0
	Muy Buena	60	20,0	20,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

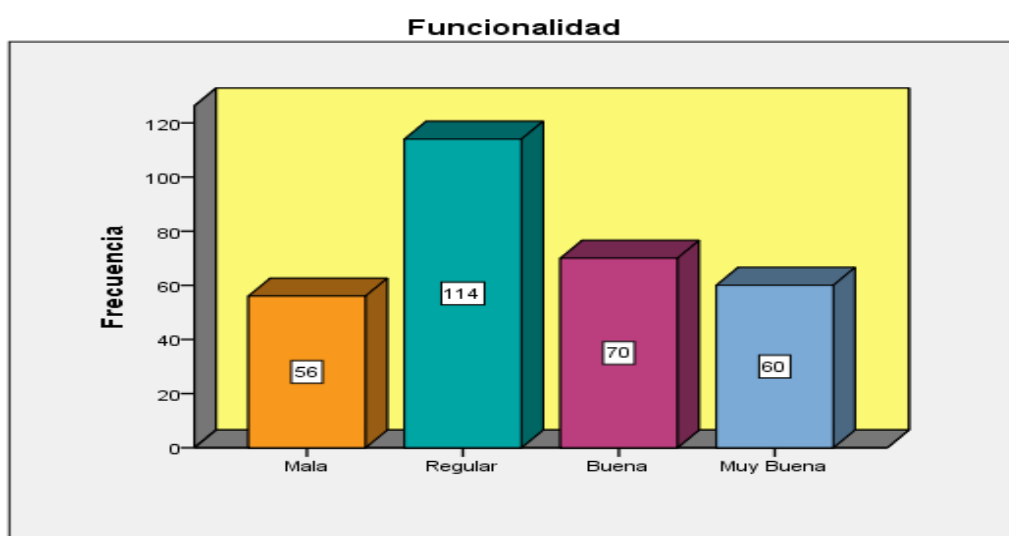


Ilustración 10: Funcionalidad

Interpretación:

Según la Tabla 16 y Figura 10 mediante los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un total de 300 personas encuestadas entre trabajadores y clientes de la Institución educativa, un 18.7% corresponde a 56 personas afirman que la funcionalidad en la gestión administrativa es mala, 38% correspondiente a 114 personas afirman que es regular, 23.3% correspondiente 70 personas afirman que es buena y un 20% correspondiente a 60 personas afirman que es muy buena.

3.5 Análisis Descriptivo del primer objetivo Específico

- Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

Tabla 17: *Primer Objetivo Específico*

Relación entre Implementación de un CRM y Comunicación							
			Comunicación				Total
			Mala	Regular	Buena	Muy buena	
Implementación de un CRM	Mala	Recuento	23	10	19	0	52
		% del total	7,7%	3,3%	6,3%	0,0%	17,3%
	Regular	Recuento	22	49	57	5	133
		% del total	7,3%	16,3%	19,0%	1,7%	44,3%
	Buena	Recuento	5	10	15	9	39
		% del total	1,7%	3,3%	5,0%	3,0%	13,0%
	Muy Buena	Recuento	0	7	39	30	76
		% del total	0,0%	2,3%	13,0%	10,0%	25,3%
Total		Recuento	50	76	130	44	300
		% del total	16,7%	25,3%	43,3%	14,7%	100,0%

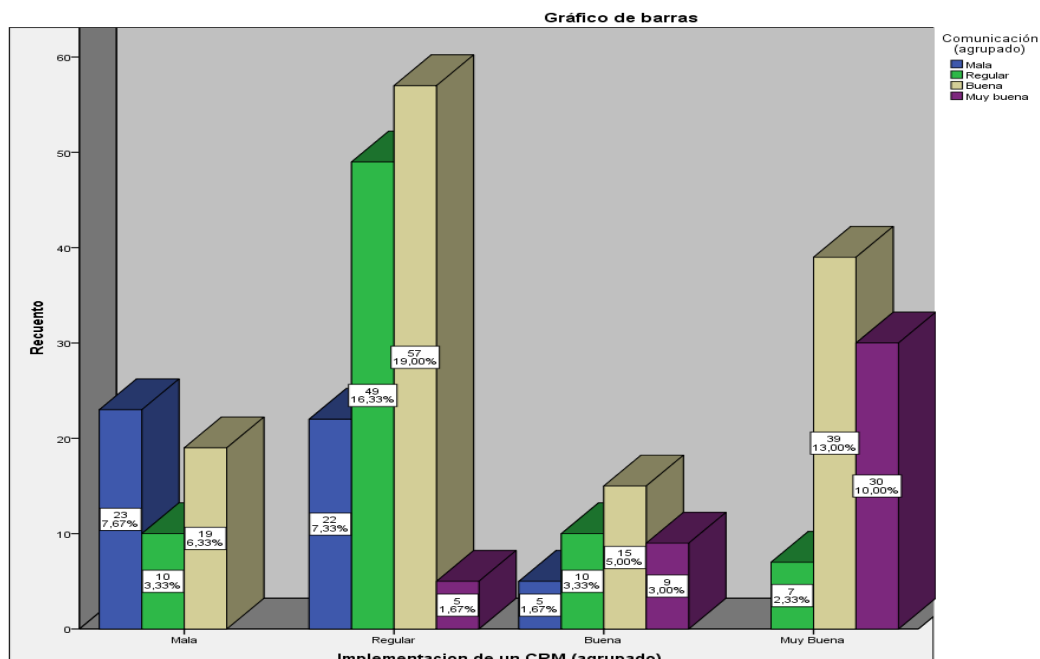


Ilustración 11: Relación entre la implementación de un CRM y Comunicación

Interpretación

El 17.3% de los encuestados afirman que la implementación de un CRM es mala cuando la comunicación en 7.7% es mala, 3.3% es regular, 6,3% buena. El 44.3% de los encuestados afirman que la implementación de un CRM es regular cuando la comunicación es 7.3% es mala, 16.3% es regular, 19% es buena y 1.7% muy buena. El 13% de los encuestados afirman que la implementación de un CRM es buena, cuando la comunicación en 1.7% es mala, 3.3% es regular, 5% es buena y 3% muy buena. El 25.3% de los encuestados afirman que la implementación de un CRM es buena cuando la comunicación en 2.3% regular, 13% es buena y 10% muy buena. Luego se puede concluir que el 82.7% afirma que la relación entre la implementación de un crm y la comunicación es aceptable.

3.6 Análisis Descriptivo del segundo objetivo específico

- Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM en la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

Tabla 18: *Segundo Objetivos Específico*

Relación entre Implementación de un CRM y Trazabilidad							
			Trazabilidad				Total
			Mala	Regular	Buena	Muy Buena	
Implementación de un CRM	Mala	Recuento	35	10	7	0	52
		% del total	11,7%	3,3%	2,3%	0,0%	17,3%
	Regular	Recuento	36	45	36	16	133
		% del total	12,0%	15,0%	12,0%	5,3%	44,3%
	Buena	Recuento	3	6	20	10	39
		% del total	1,0%	2,0%	6,7%	3,3%	13,0%
	Muy Buena	Recuento	0	2	33	41	76
		% del total	0,0%	0,7%	11,0%	13,7%	25,3%
Total		Recuento	74	63	96	67	300
		% del total	24,7%	21,0%	32,0%	22,3%	100,0%

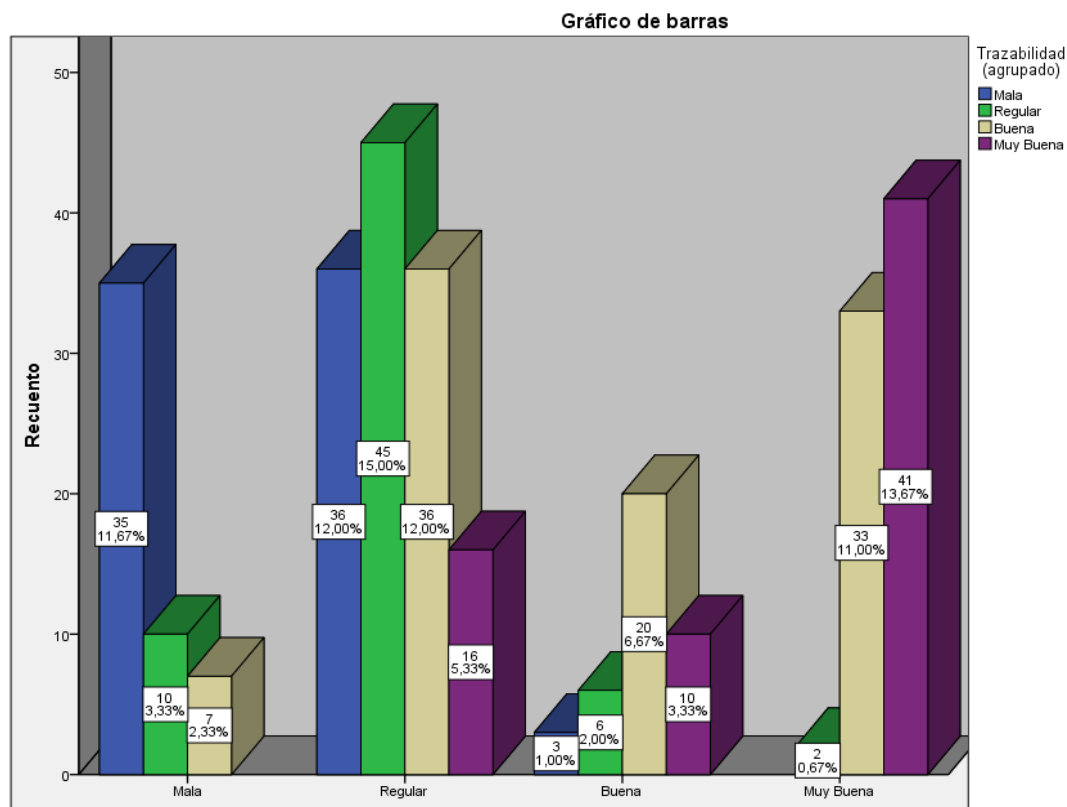


Ilustración 12: Relación entre implementación de un CRM y la Trazabilidad

Interpretación:

El 17.3% de los encuestados afirman que la implementación de un crm es mala cuando la trazabilidad es 11.7% es mala, 3.3% es regular, 2.3% es buena. El 44.3% de los encuestados afirman que la implementación de un crm es regular cuando la trazabilidad en 12% es mala, 15% es regular, 12% es buena y 5.3% es muy buena. El 13% de los encuestados afirman que la implementación de un crm es buena cuando la trazabilidad en 1% es mala, 2% es regular, 6.7% es buena y 3.3% muy buena. El 25.3% de los encuestados afirman que la implementación de un crm es muy buena cuando la trazabilidad en 0.7% es regular, 11% es buena y 13.7% muy buena. Luego se puede concluir que el 82.6% afirma que la relación entre la implementación de un crm y la trazabilidad es aceptable.

3.7 Análisis Descriptivo del tercer objetivo específico

- Determinar de qué manera influye la implementación de un CRM en la en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

Tabla 19: *Tercer Objetivo Específico*

Relación entre Implementación de un CRM y Funcionalidad								
			Funcionalidad				Total	
			Mala	Regula r	Buena	Muy Buena		
Implementación de un CRM	Mala	Recuent o	18	15	18	1	52	
		% del total	6,0%	5,0%	6,0%	0,3%	17,3%	
		Regular	Recuent o	28	71	27	7	133
			% del total	9,3%	23,7%	9,0%	2,3%	44,3%
	Buena	Recuent o	7	16	10	6	39	
		% del total	2,3%	5,3%	3,3%	2,0%	13,0%	
		Muy Buena	Recuent o	3	12	15	46	76
			% del total	1,0%	4,0%	5,0%	15,3%	25,3%
	Total	Recuent o	56	114	70	60	300	
		% del total	18,7%	38,0%	23,3%	20,0%	100,0 %	

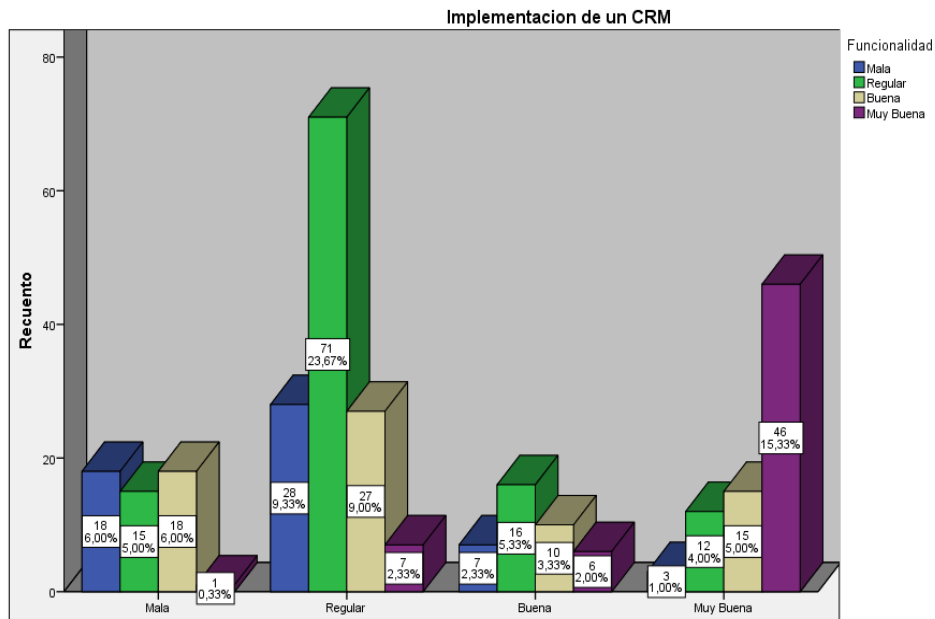


Ilustración 13: Relación entre implementación de un CRM y la Funcionalidad de Procesos

Interpretación:

El 17.3% de los encuestados afirman que la implementación de un crm es mala cuando la funcionalidad en 6% es mala, 5% es regular, 6% es buena y 0.3% muy buena. El 44.3% afirman que la implementación de un crm es regular cuando la funcionalidad en 9.3% es mala, 23.7% es regular, 9% es buena y 2.3% muy buena. El 13% de los encuestados afirman que la implementación de un crm es buena cuando la funcionalidad en 2.3% es mala, 5.3% es regular, 3.3% es buena y 2% muy buena. El 25.3% de los encuestados afirman que a implementación de un crm es muy buena cuando la funcionalidad en 1% es mala, 4% es regular, 5% es buena y 15.3% muy buena. Luego se puede concluir que el 82.6% afirma que la relación entre la implementación de un crm y la funcionalidad es aceptable.

3.8 Análisis Inferencial

3.8.1 Prueba de Hipótesis General

H1: La implementación de un CRM influye positivamente en la gestión administrativa en la institución educativa “inmaculado corazón de maría”, puente piedra.

H0: La implementación de un CRM no influye positivamente en la gestión administrativa en la institución educativa “inmaculado corazón de maría”, puente piedra.

Tabla 20: *Prueba de Hipótesis General*

		Correlaciones		
			Implementa ción de un CRM	Gestión Administrat iva
Rho de Spearman	Implementación de un CRM	Coefficiente de correlación	1,000	,772**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	300	300
	Gestión Administrativa	Coefficiente de correlación	,772**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	300	300

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó **0,77**; indica que la relación entre Implementación de un CRM y Gestión Administrativa es **positiva alta**.

Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que La implementación de un CRM influye positivamente en la gestión administrativa en la institución educativa “inmaculado corazón de maría”, puente piedra.

3.8.2 Prueba de Hipótesis Especifica 1

- HE1: La implementación de un CRM influye positivamente en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- HE1-0: La implementación de un CRM no influye positivamente la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

Tabla 21: Prueba de Hipótesis Especifica 01

		Implementación de un CRM	Comunicación
Rho de Spearman	Implementación de un CRM	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,599**
		N	300
	Comunicación	Coeficiente de correlación	,599**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	300

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó **0,60**; indica que la relación entre Implementación de un CRM y la Comunicación es **positiva moderada**.

Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que La implementación de un CRM influye positivamente en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

3.8.3 Prueba de Hipótesis Específica 2

- HE2: La implementación de un CRM influye positivamente en mejora la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- HE2-0: La implementación de un CRM no influye positivamente en mejora la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

Tabla 22: Prueba de Hipótesis Específica 02

		Correlaciones		
			Implementación de un CRM	Trazabilidad
Rho de Spearman	Implementación de un CRM	Coeficiente de correlación	1,000	,706**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	300	300
	Trazabilidad	Coeficiente de correlación	,706**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	300	300

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó **0,71**; indica que la relación entre Implementación de un CRM y la Trazabilidad es **positiva alta**.

Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que La implementación de un CRM influye positivamente en mejora la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

3.8.4 Prueba de Hipótesis Específica 3

- HE3: La implementación de un CRM influye positivamente en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.
- HE3-0: La implementación de un CRM no influye positivamente en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

Tabla 23: Prueba de Hipótesis Específica 03

		Correlaciones		
			Implementaci ón de un CRM	Funcionalid ad de Procesos
Rho de Spearman	Implementación de un CRM	Coefficiente de correlación	1,000	,469**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	300	300
	Funcionalidad de Procesos	Coefficiente de correlación	,469**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	300	300

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó **0,47**; indica que la relación entre Implementación de un CRM y Funcionalidad es **positiva moderada**.

Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que La implementación de un CRM influye positivamente en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra.

IV Discusión

1. Luego se puede concluir que el 82.7% afirma que la relación entre la implementación de un crm y la comunicación es aceptable. Como el coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,59; indica que la relación entre Implementación de un CRM y la Comunicación es positiva moderada. Además, como el nivel de significancia es menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que la implementación de un CRM influye positivamente en la comunicación en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra. Estos resultados los podemos comparar con los de MURGA Aranda, Enrique. “Estrategias tecnológicas basadas en el CRM y su efecto en la relación con los clientes de la Institución Educativa Particular Jesús de Belén”. Tesis (Título Profesional de Ingeniero de Sistemas). Huancavelica: Universidad Nacional de Huancavelica. Peru. 2013. 45 p. Concluyó que dentro del nivel institucional expresado por el personal que labora y ya sean profesores o administrativos habido un cambio a grandes rasgos, ya que se mejoran medios de comunicación, por ello a implementar dentro de la pre Universitaria, Asimismo que la institución rige como empresa mejorando Y utilizando el servicio al cliente, además de una implementación y de sugerencias y quejas que se actualice periódicamente innovando una infraestructura los padres de familia estarán objetivamente satisfechos y al dar su opinión es beneficioso los medios electrónicos para así que haya una mejor comunicación entre los apoderados y la optimización interna del proceso y así mejorar académicamente su calidad y a base de ello ayuda a proponer nuevas estrategias tecnológicas basada en CRM.

2. Luego se puede concluir que el 82.6% afirma que la relación entre la implementación de un crm y la trazabilidad es aceptable. Como el coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,71; indica que la relación entre Implementación de un CRM y la Trazabilidad es positiva alta. Además, como el nivel de significancia es menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que la implementación de un CRM influye positivamente en mejorar la trazabilidad en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra. Estos resultados los podemos comparar con los de GARRIDO Moreno, Aurora. “La gestión de relaciones con clientes (CRM) como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español”.

Málaga: Universidad de Málaga. España.2008.6 p. El cual concluyó que dentro de su presente investigación considera al crm como una importante herramienta de negocio y tras verificar y validar diversos conceptos ofrece una conceptualización que sobre esta manera se pueda definir sobre el crm como customer relade tal manera que se puede conceptualizar al crm como la administración de relación de clientes que ayuda a la empresa a desarrollar la fidelidad con ellos y así plasmar nuevas deciones para el negocio. Se enfoca en herramientas de tecnologías de información como ayuda ya que implicaría cambiar los procesos dentro de la entidad y además los de principal proceso que esté ligado al cliente de tal forma qué elemento de ofertar las empresas puedan satisfacer objetivamente las necesidades.

3. Luego se puede concluir que el 82.6% afirma que la relación entre la implementación de un crm y la funcionalidad es aceptable. Como el coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,47; indica que la relación entre Implementación de un CRM y Funcionalidad es positiva moderada. Además, como el nivel de significancia es menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe evidencia estadística para afirmar que la implementación de un CRM influye positivamente en la funcionabilidad de procesos en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra. Estos resultados lo podemos comparar con los de VASQUEZ Largo, John. “Desarrollo estratégico desde el enfoque CRM para instituciones educativas de educación superior caso: universidad nacional de Colombia, sede Manizales”. Tesis (Titulo Magister en Administración). Manizales: Universidad Nacional de Colombia. Colombia.2011.56 p. El cual concluyó que dentro de la cultura centrada al cliente se puede agregar un valor a un pacto que se debe iniciar desde los altos mandos, ya que es de suma importancia la participación para así mejorar una comunicación y gestión de cambio en la institución. Para ello se retiran recursos básicos que permitan lograr dichos cambios conjunto con los empleados a través de una interacción con los estudiantes o clientes la cual tengan un rol activamente y así hacer partícipes del diseño para llegar a una presentación del servicio con base para la sustentación de una información recolectada sobre los clientes y sobre el tiempo beneficiando Así mismo la fidelidad de estos.

V. Conclusiones

1. Se concluyó que teniendo un coeficiente de relación de 0.59; indicando que existe una relación positiva moderada entre la Comunicación y el implementar un CRM.
Además se sabe que se rechazó la hipótesis nula y se llega a aceptar la hipótesis alterna debido a que el nivel de significancia es inferior a 0.05, puesto que ello hay pruebas de estadísticas que validen dicha información que al implementar un CRM influye positivamente en la comunicación con la entidad educativa de Puente Piedra.
2. Se concluyó que teniendo un coeficiente de relación de 0.71; indicando que existe una relación positiva alta entre la Trazabilidad y el implementar un CRM.
Además se sabe que se rechazó la hipótesis nula y se llega a aceptar la hipótesis alterna debido a que el nivel de significancia es inferior a 0.05, puesto que ello hay pruebas de estadísticas que validen dicha información que al implementar un CRM influye positivamente en la trazabilidad con la entidad educativa de Puente Piedra.
3. Se concluyó que teniendo un coeficiente de relación de 0.47; indicando que existe una relación positiva moderada entre la Funcionalidad y el implementar un CRM.
Además se sabe que se rechazó la hipótesis nula y se llega a aceptar la hipótesis alterna debido a que el nivel de significancia es inferior a 0.05, puesto que ello hay pruebas de estadísticas que validen dicha información que al implementar un CRM influye positivamente en la funcionabilidad con la entidad educativa de Puente Piedra.

VI. Recomendaciones

- Para implementar este software CRM en la institución educativa se recomienda realizar una capacitación al personal, de la utilización de esta herramienta, con ello garantizaremos que los procesos en la gestión administrativa puedan mejorar, con ello la atención al cliente, siendo muy beneficioso.
- Un software CRM es actualmente usado a nivel mundial por empresas por los grandes beneficios que posee, entre los cuales es que permite manejar cada aspecto de la relación con sus clientes de manera inteligente y centralizada, midiendo así sus necesidades de forma personalizada, por ello es una herramienta tecnología que aporta gran valor en las empresas en la actualidad.
- El software CRM es una herramienta innovadora el cual cuenta con todo lo necesario para gestionar clientes, ofertar productos, generar ventas y pedidos, pero lo más importante es que tiene la posibilidad de ser portátil, práctico y de bajo costo el cual las empresas en la actualidad pueden implementar, por ello recomiendo la utilización de esta herramienta porque así podrían incrementar ganancias, fidelizar clientes en un mínimo de tiempo.

Referencias Bibliográficas

- MATOS Lurquin, Wendy. Análisis y diseño de un sistema que implemente la estrategia CRM personalización para Instituciones Educativas de Postgrados. Tesis (Ingeniero Informático). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2006. Disponible en http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1336/MATOS_LURQUIN_WENDY ESTRATEGIA_CRM_POSGRADOS.pdf?sequence=1
- VASQUEZ Largo Jhon. Desarrollo estratégico desde el enfoque crm para instituciones educativas de educación superior caso: Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Tesis (Maestría en Administración). Manizales: Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://bdigital.unal.edu.co/3535/1/jhonjairovasquezlargo.2011.pdf>
- GARRIDO Moreno, Aurora. La gestión de relaciones con clientes crm como estrategia de negocio: Desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español. Tesis (Doctoral en Administración de empresas). Málaga: Universidad de Málaga. Disponible en: https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4606/TDR_GARRIDO_MORENO.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- ROJAS Medina, Luis. Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicios. Tesis (Ingeniero Industrial). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2017. Disponible en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6626/Rojas_ml.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MURGA Aranda, Enrique. Estrategias tecnológicas basadas en el CRM y su efecto en la relación con los clientes de la Institución Educativa Particular Jesús de Belén. Tesis (Ingeniero de Sistemas). Huancavelica: Universidad Nacional de Huancavelica, 2013. Disponible en: <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/715/TP%20-%20UNH.%20%20SIST.%200012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- HERNANDEZ Naranjo, Catalina. Marketing educativo; desarrollo de una estrategia C.E.M aplicado a la Universidad nacional de Colombia sede Manizales como base para la fidelización de clientes y complemento a la estrategia de C.R.M. Tesis (Magister en

Administración). Colombia: Universidad Nacional de Colombia, 2011. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/3837/1/catalinanaranjohernandez.2011.pdf>.

- LAPA Asto, Ulises. Implementación de un software para el mejoramiento en la gestión administrativa de la Institucion Educativa Privada “San Juan Bautista” del distrito de San Juan de Lurigancho. Tesis (Ingeniero de Sistemas e Informática). Lima: Universidad de Ciencias y Humanidades, 2017. Disponible en: <http://repositorio.uch.edu.pe/handle/uch/141>
- TERAN Suarez, Mariela. Implementación estratégica basada en CRM para la eficiencia en los procesos de Marketing y Admisión del Colegio Unión. Tesis (Ingeniero de Sistemas). Lima: Universidad Peruana Unión, 2015. Disponible en: http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/490/Mariela_Tesis_bachiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MONCADA Morales, José. Diseño de un sistema CRM para mejorar el proceso de captación de alumnos de la Universidad Cesar Vallejo. Tesis (Ingeniero de Sistemas). Piura: Universidad Católica los Ángeles Chimbote, 2016. Disponible en: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/860/ESTRATEGIAS_%20PUBLICIDAD_%20MONCADA_%20MORALES_JOSE_AUGUSTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- GONZALES Benito, Oscar. Gestión de Relaciones con los clientes: Factores Críticos para el éxito en la Implementación de las soluciones Tecnológicas CRM en las empresas. Tesis (Doctor en Administración). Salamanca: Universidad de Salamanca, 2011. Disponible en: https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/110835/1/DAEE_Trindade_Venturini_W_GestionDeRelaciones.pdf
- QUINTANALES Garfias, Denis. Aplicación de la estrategia CRM para generar lealtad en los clientes. Tesis (Licenciado en relaciones comerciales). México: Instituto Politécnico Nacional, 2015. Disponible en: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/19539/APLICACI%C3%93N%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20CRM%20PARA%20GENERAR%20LEALTAD%20EN%20LOS%20CLIENTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- VALLE, Antonio. Estrategias para el uso de un CRM. Colombia: Createspace Independent Pub, 2015. 14 pp. ISBN: 1514165260
- ¿Qué es un CRM y porque deberías utilizar ese software en tu empresa? [Mensaje en un blog]. España: Barcelona, (17 de abril de 2016). [Fecha de consulta: 22 de junio de 2018]. Recuperado de <https://josefacchin.com/quien-soy/>
- CAMPOS Segundo y LOZA Pedro. Incidencia de la gestión administrativa de la biblioteca municipal Pedro Moncayo de la ciudad de Ibarra en mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios en el año 2011. Tesis (Licenciado en la Especialidad de Bibliotecología). Ibarra: Universidad Técnica del Norte, 2011. Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1945/1/05%20FECYT%201136%20TESIS.pdf>
- ZAMORA, América. Rentabilidad y Ventaja comparativa: Un análisis de los sistemas de producción de Guayaba en el estado de Michoacán. México: Michoacán, 2013. 110 pp. ISBN: 9788469442517
- Representación de la UNESCO en el Perú. Manual de Gestión para Directores de Instituciones Educativas. Lima: Lance Gráficos, 2011. 51 pp. ISBN: 978-9972-841-15-6
- PEREZ Ramon, GALAN Arturo y QUINTANAL José. Métodos y diseños de Investigación en Educación. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2012. 123pp. ISBN: 9788436265200
- BUNGE Mario. Ciencia, Tecnología y Desarrollo. Texas: Editorial Sudamérica, 2008. 229pp. ISBN: 9500712407
- ROQUE Bonilla, Jeans. Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial “San Martín”-Chiclayo. Tesis (Licenciado en Administración). Pimentel: Universidad Señor de Sipán, 2016. Disponible en: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2708/1/TESIS%20ARNOLD%20ROQUE.pdf>
- HERNANDEZ Roberto, FERNANDEZ Carlos y Baptista María. Metodología de la Investigación. 6 ta. ed. México: Interamericana Editores, 2014. 589 pp. ISBN: 978-1-4562-2396-0

Anexos

- Juicio de Expertos
 - Experto 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. Rios Herrera, Josué Joel
- 1.2 Cargo e institución donde labora: DOCENTE
- 1.3 Especialidad del validador: ING. SISTEMAS
- 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Encuesta
- 1.5 Título de la investigación: IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LA INSTITUCION EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE MARIA", PUENTE PIEDRA 2018
- 1.6 Autor del instrumento: TEJADA PEREZ ANKELLY VANESA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS %	0-20%(Muy Deficiente)	21-40% (Regular)	41-60% (Bueno)	61%-80 (Muy Bueno)	81-100% (Excelente)
-------------	-----------------------	------------------	----------------	--------------------	---------------------

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.	90%
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	90%
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	90%
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	90%
5.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.	90%
6.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – científicos.	90%
7.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	90%
8.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.	90%
9.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.	90%
PROMEDIO		90%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		



Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: Implementación de un CRM

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la institución no cuenta con los recursos económicos para implementar nuevas herramientas tecnológicas	✓	
2	Cree que al implementar una herramienta tecnológica podrá aprovechar mejor los recursos dentro de la institución.	✓	
3	Sería rentable para la institución implementar una herramienta tecnológica	✓	
4	Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica incrementaría sus ganancias y clientela	✓	
5	Cree que con la implementación de una herramienta podría beneficiar a la institución ya que puede ser portable en cualquier pc	✓	
6	Cree que implementando una herramienta tecnología podría adaptarse a las necesidades de la institución	✓	
7	Cree que la institución debe adaptarse a la tecnología de la actualidad	✓	
8	Cree que la herramienta debe poseer la facilidad de ser estructurada para el beneficio de la institución.	✓	
9	Cree que la herramienta la cual se va a implementar en la institución debe ser confiable para evitar futuro problemas entorno a información	✓	
10	Cree que la institución cuenta con herramientas entorno a tecnología los cuales son confiables en el manejo de información	✓	
11	Cree que la institución educativa debe implementar tecnología en beneficio propio y de sus clientes	✓	
12	Cree que la institución debe optar por tecnología los cuales beneficie y mejore sus procesos internos	✓	
13	Alguna vez la institución educativa ha accedido a su información histórica de manera rápida	✓	
14	Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica ayudaría con la disponibilidad de información en la institución	✓	
15	Cree que la institución cuenta con información histórica el cual puede ser modificable y errónea	✓	
16	Cree que su información la cual está registrada en la institución es realmente la correcta	✓	
17	Cree que la institución cuenta con problemas entorno a accesibilidad en almacenamiento de información	✓	
18	Cree que la institución debe poseer información simple y actualizada ante solicitudes de sus clientes	✓	

Segunda variable: Gestión Administrativa

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la gestión administrativa cumple con los tiempos de entrega de solicitudes	✓	
2	Cree que la gestión administrativa atiende solicitudes rápidamente	✓	
3	Cree que la comunicación en la gestión administrativa juega un papel muy importante	✓	
4	Siente usted que la falta de comunicación con sus clientes puede generar problemas entorno a la calidad del servicio prestado	✓	
5	Siente usted que el trato es personalizado por la gestión administrativa de la institución	✓	
6	Cree que la atención dada por la gestión administrativa se da manera satisfactoria	✓	
7	Cree que la gestión administrativa cuenta con un control confiable entorno a sus procesos en la institución	✓	
8	Siente que la gestión administrativa posee un mal control entorno a sus procesos ante solicitudes	✓	
9	Cree que el proceso que sigue la gestión administrativa se da de manera correcta	✓	
10	Cree que la gestión administrativa no es eficiente entorno a sus procesos.	✓	
11	Se siente usted satisfecho por el servicio brindado por la institución	✓	
12	Siente que la institución debe brindar ofertas de su servicio de acuerdo a cada tipo de cliente	✓	
13	Siente que debido al mal funcionamiento de la gestión administrativa se esté perdiendo clientes	✓	
14	Cree que la interacción con los clientes por parte de la gestión administrativa debe ser de manera cordial	✓	
15	Siente usted que la gestión administrativa debe tener una mejor planificación de estrategias comerciales en la institución	✓	
16	Cree que la gestión administrativa no cuenta con la debida planificación de actividades en sus áreas	✓	
17	Cree que sus procesos administrativos están desordenados por ello no cumplen con la satisfacción del cliente	✓	
18	Cree que el proceso de gestión administrativa que sigue la institución es de manera organizada	✓	

Tabla 1

Tabla de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1: Implementación de un CRM	Según VALLE. Antonio (2015): "Las herramientas de CRM tratan de resolver el problema de consolidar toda la información para proporcionar una visión unificada del cliente en toda la empresa, integrando los procesos de negocios relacionados con el cliente y la consolidación de la información sobre el a partir de múltiples canales de comunicación de modo que la empresa pueda presentar una cara consistente para el cliente. Con la ayuda de un sistema informatizado, puede capturar y gestionar toda la información relacionada con el cliente incluyendo el registro, contactos, historial de compras, quejas, etc. El sistema de CRM proporciona datos muy útiles y detallados acerca de los clientes que permiten elaborar informes entre otras cosas, identificar las necesidades de los clientes y la importancia que los clientes atribuyen a cada característica de los productos y servicios de la empresa (p.12)"	Esta variable se medirá con 4 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Rentabilidad	Utilidad de los recursos Ganancias	Ordinal
			Adaptabilidad	Portable Estructurable	
			Escalabilidad	Confiable Beneficioso	
			Accesibilidad	Disponibilidad Modificable	
				Sencillez	
V2: Gestión Administrativa	Según ROQUE Jean (2016): "La gestión administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar (p.35)"	Esta variable se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Comunicación	Tiempo Relación entre personas Satisfacción	Ordinal
			Trazabilidad	Control Procesos Servicio	
			Funcionalidad de Procesos	Interacción Planificación Organización	

Segunda variable: Gestión Administrativa

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la gestión administrativa cumple con los tiempos de entrega de solicitudes	✓	
2	Cree que la gestión administrativa atiende solicitudes rápidamente	✓	
3	Cree que la comunicación en la gestión administrativa juega un papel muy importante	✓	
4	Siente usted que la falta de comunicación con sus clientes puede generar problemas entorno a la calidad del servicio prestado	✓	
5	Siente usted que el trato es personalizado por la gestión administrativa de la institución	✓	
6	Cree que la atención dada por la gestión administrativa se da manera satisfactoria	✓	
7	Cree que la gestión administrativa cuenta con un control confiable entorno a sus procesos en la institución	✓	
8	Siente que la gestión administrativa posee un mal control entorno a sus procesos ante solicitudes	✓	
9	Cree que el proceso que sigue la gestión administrativa se da de manera correcta	✓	
10	Cree que la gestión administrativa no es eficiente entorno a sus procesos.	✓	
11	Se siente usted satisfecho por el servicio brindado por la institución	✓	
12	Siente que la institución debe brindar ofertas de su servicio de acuerdo a cada tipo de cliente	✓	
13	Siente que debido al mal funcionamiento de la gestión administrativa se esté perdiendo clientes	✓	
14	Cree que la interacción con los clientes por parte de la gestión administrativa debe ser de manera cordial	✓	
15	Siente usted que la gestión administrativa debe tener una mejor planificación de estrategias comerciales en la institución	✓	
16	Cree que la gestión administrativa no cuenta con la debida planificación de actividades en sus áreas	✓	
17	Cree que sus procesos administrativos están desordenados por ello no cumplen con la satisfacción del cliente	✓	
18	Cree que el proceso de gestión administrativa que sigue la institución es de manera organizada	✓	

Tabla 1

Tabla de operacionalización de variables

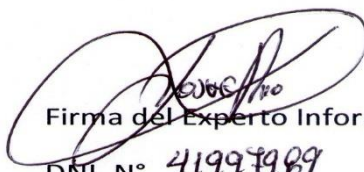
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1: Implementación de un CRM	Según VALLE Antonio (2015): "Las herramientas de CRM tratan de resolver el problema de consolidar toda la información para proporcionar una visión unificada del cliente en toda la empresa, integrando los procesos de negocios relacionados con el cliente y la consolidación de la información sobre el a partir de múltiples canales de comunicación de modo que la empresa pueda presentar una cara consistente para el cliente. Con la ayuda de un sistema informatizado, puede capturar y gestionar toda la información relacionada con el cliente incluyendo el registro, contactos, historial de compras, quejas, etc. El sistema de CRM proporciona datos muy útiles y detallados acerca de los clientes que permiten elaborar informes entre otras cosas, identificar las necesidades de los clientes y la importancia que los clientes atribuyen a cada característica de los productos y servicios de la empresa (p.12)"	Esta variable se medirá con 4 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Rentabilidad	Utilidad de los recursos Ganancias	Ordinal
			Adaptabilidad	Portable Estructurable	
			Escalabilidad	Confiable Beneficioso	
			Accesibilidad	Disponibilidad Modificable Sencillez	
V2: Gestión Administrativa	Según ROQUE Jean (2016): "La gestión administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar (p.35)"	Esta variable se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Comunicación	Tiempo Relación entre personas Satisfacción	Ordinal
			Trazabilidad	Control Procesos Servicio	
			Funcionalidad de Procesos	Interacción Planificación Organización	

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

(☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 41997989

Teléfono N° 950611894

- Experto 2

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. Mg. Gálvez Tapia Orleans
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente
 1.3 Especialidad del validador: Mg. en Ingeniería de Sistemas
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Puerta
 1.5 Título de la investigación: IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE MARÍA", PUENTE PIEDRA 2018
 1.6 Autor del instrumento: TEJADA PEREZ ANKELLY VANESA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS %	0-20%(Muy Deficiente)	21-40% (Regular)	41-60% (Bueno)	61%-80 (Muy Bueno)	81-100% (Excelente)
-------------	-----------------------	------------------	----------------	--------------------	---------------------

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Gálvez Tapia Orleans
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.	80 %
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	80 %
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	80 %
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	80 %
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.	80 %
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos — científicos.	80 %
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	80 %
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.	80 %
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.	80 %
PROMEDIO		80 %
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		80 %

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: Implementación de un CRM

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la institución no cuenta con los recursos económicos para implementar nuevas herramientas tecnológicas	✓	
2	Cree que al implementar una herramienta tecnológica podrá aprovechar mejor los recursos dentro de la institución.	✓	
3	Sería rentable para la institución implementar una herramienta tecnológica	✓	
4	Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica incrementaría sus ganancias y clientela	✓	
5	Cree que con la implementación de una herramienta podría beneficiar a la institución ya que puede ser portable en cualquier pc	✓	
6	Cree que implementando una herramienta tecnología podría adaptarse a las necesidades de la institución	✓	
7	Cree que la institución debe adaptarse a la tecnología de la actualidad	✓	
8	Cree que la herramienta debe poseer la facilidad de ser estructurada para el beneficio de la institución.	✓	
9	Cree que la herramienta la cual se va a implementar en la institución debe ser confiable para evitar futuro problemas entorno a información	✓	
10	Cree que la institución cuenta con herramientas entorno a tecnología los cuales son confiables en el manejo de información	✓	
11	Cree que la institución educativa debe implementar tecnología en beneficio propio y de sus clientes	✓	
12	Cree que la institución debe optar por tecnología los cuales beneficie y mejore sus procesos internos	✓	
13	Alguna vez la institución educativa ha accedido a su información histórica de manera rápida	✓	
14	Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica ayudaría con la disponibilidad de información en la institución	✓	
15	Cree que la institución cuenta con información histórica el cual puede ser modificable y errónea	✓	
16	Cree que su información la cual está registrada en la institución es realmente la correcta	✓	
17	Cree que la institución cuenta con problemas entorno a accesibilidad en almacenamiento de información	✓	
18	Cree que la institución debe poseer información simple y actualizada ante solicitudes de sus clientes	✓	

Segunda variable: Gestión Administrativa

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la gestión administrativa cumple con los tiempos de entrega de solicitudes	✓	
2	Cree que la gestión administrativa atiende solicitudes rápidamente	✓	
3	Cree que la comunicación en la gestión administrativa juega un papel muy importante	✓	
4	Siente usted que la falta de comunicación con sus clientes puede generar problemas entorno a la calidad del servicio prestado	✓	
5	Siente usted que el trato es personalizado por la gestión administrativa de la institución	✓	
6	Cree que la atención dada por la gestión administrativa se da de manera satisfactoria	✓	
7	Cree que la gestión administrativa cuenta con un control confiable entorno a sus procesos en la institución	✓	
8	Siente que la gestión administrativa posee un mal control entorno a sus procesos ante solicitudes	✓	
9	Cree que el proceso que sigue la gestión administrativa se da de manera correcta	✓	
10	Cree que la gestión administrativa no es eficiente entorno a sus procesos.	✓	
11	Se siente usted satisfecho por el servicio brindado por la institución	✓	
12	Siente que la institución debe brindar ofertas de su servicio de acuerdo a cada tipo de cliente	✓	
13	Siente que debido al mal funcionamiento de la gestión administrativa se esté perdiendo clientes	✓	
14	Cree que la interacción con los clientes por parte de la gestión administrativa debe ser de manera cordial	✓	
15	Siente usted que la gestión administrativa debe tener una mejor planificación de estrategias comerciales en la institución	✓	
16	Cree que la gestión administrativa no cuenta con la debida planificación de actividades en sus áreas	✓	
17	Cree que sus procesos administrativos están desordenados por ello no cumplen con la satisfacción del cliente	✓	
18	Cree que el proceso de gestión administrativa que sigue la institución es de manera organizada	✓	

Tabla 1

Tabla de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1: Implementación de un CRM	Según VALLE Antonio (2015): "Las herramientas de CRM tratan de resolver el problema de consolidar toda la información para proporcionar una visión unificada del cliente en toda la empresa, integrando los procesos de negocios relacionados con el cliente y la consolidación de la información sobre el a partir de múltiples canales de comunicación de modo que la empresa pueda presentar una cara consistente para el cliente. Con la ayuda de un sistema informatizado, puede capturar y gestionar toda la información relacionada con el cliente incluyendo el registro, contactos, historial de compras, quejas, etc. El sistema de CRM proporciona datos muy útiles y detallados acerca de los clientes que permiten elaborar informes entre otras cosas, identificar las necesidades de los clientes y la importancia que los clientes atribuyen a cada característica de los productos y servicios de la empresa (p.12)"	Esta variable se medirá con 4 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Remediabilidad	Utilidad de los recursos	Ordinal
			Adaptabilidad	Portable	
			Escalabilidad	Confiable	
			Accesibilidad	Disponibilidad	
				Modificable	Ordinal
				Beneficioso	
				Sencillez	
V2: Gestión Administrativa	Según ROQUE Jean (2016): "La gestión administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar (p.35)"	Esta variable se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Comunicación	Tiempo	Ordinal
				Relación entre personas	
				Satisfacción	
				Control	
			Trazabilidad	Procesos	Ordinal
				Servicio	
			Funcionalidad de Procesos	Interacción	
				Planificación	
				Organización	

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD.
 (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 16798332 Teléfono N° 938794456

- Experto 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. Mg. Ramírez Ríos Alejandro
- 1.2 Cargo e institución donde labora: Universidad César Vallejo
- 1.3 Especialidad del validador: Metodología de Investigación
- 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Encuesta
- 1.5 Título de la investigación: IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE MARÍA", PUENTE PIEDRA 2018
- 1.6 Autor del instrumento: TEJADA PEREZ ANKELLY VANESA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS %	0-20%(Muy Deficiente)	21-40% (Regular)	41-60% (Bueno)	61%-80 (Muy Bueno)	81-100% (Excelente)
-------------	-----------------------	------------------	----------------	--------------------	---------------------

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.	85 %
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	85 %
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	85 %
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	85 %
5.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.	85 %
6.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – científicos.	85 %
7.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	85 %
8.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.	85 %
9.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.	85 %
PROMEDIO		
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		85 %



Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: Implementación de un CRM

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la institución no cuenta con los recursos económicos para implementar nuevas herramientas tecnológicas	✓	
2	Cree que al implementar una herramienta tecnológica podrá aprovechar mejor los recursos dentro de la institución.	✓	
3	Sería rentable para la institución implementar una herramienta tecnológica	✓	
4	Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica incrementaría sus ganancias y clientela	✓	
5	Cree que con la implementación de una herramienta podría beneficiar a la institución ya que puede ser portable en cualquier pc	✓	
6	Cree que implementando una herramienta tecnología podría adaptarse a las necesidades de la institución	✓	
7	Cree que la institución debe adaptarse a la tecnología de la actualidad	✓	
8	Cree que la herramienta debe poseer la facilidad de ser estructurada para el beneficio de la institución.	✓	
9	Cree que la herramienta la cual se va a implementar en la institución debe ser confiable para evitar futuro problemas entorno a información	✓	
10	Cree que la institución cuenta con herramientas entorno a tecnología los cuales son confiables en el manejo de información	✓	
11	Cree que la institución educativa debe implementar tecnología en beneficio propio y de sus clientes	✓	
12	Cree que la institución debe optar por tecnología los cuales beneficie y mejore sus procesos internos	✓	
13	Alguna vez la institución educativa ha accedido a su información histórica de manera rápida	✓	
14	Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica ayudaría con la disponibilidad de información en la institución	✓	
15	Cree que la institución cuenta con información histórica el cual puede ser modificable y errónea	✓	
16	Cree que su información la cual está registrada en la institución es realmente la correcta	✓	
17	Cree que la institución cuenta con problemas entorno a accesibilidad en almacenamiento de información	✓	
18	Cree que la institución debe poseer información simple y actualizada ante solicitudes de sus clientes	✓	

Segunda variable: Gestión Administrativa

N°	Ítems	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1	Cree que la gestión administrativa cumple con los tiempos de entrega de solicitudes	✓	
2	Cree que la gestión administrativa atiende solicitudes rápidamente	✓	
3	Cree que la comunicación en la gestión administrativa juega un papel muy importante	✓	
4	Siente usted que la falta de comunicación con sus clientes puede generar problemas entorno a la calidad del servicio prestado	✓	
5	Siente usted que el trato es personalizado por la gestión administrativa de la institución	✓	
6	Cree que la atención dada por la gestión administrativa se da manera satisfactoria	✓	
7	Cree que la gestión administrativa cuenta con un control confiable entorno a sus procesos en la institución	✓	
8	Siente que la gestión administrativa posee un mal control entorno a sus procesos ante solicitudes	✓	
9	Cree que el proceso que sigue la gestión administrativa se da de manera correcta	✓	
10	Cree que la gestión administrativa no es eficiente entorno a sus procesos.	✓	
11	Se siente usted satisfecho por el servicio brindado por la institución	✓	
12	Siente que la institución debe brindar ofertas de su servicio de acuerdo a cada tipo de cliente	✓	
13	Siente que debido al mal funcionamiento de la gestión administrativa se esté perdiendo clientes	✓	
14	Cree que la interacción con los clientes por parte de la gestión administrativa debe ser de manera cordial	✓	
15	Siente usted que la gestión administrativa debe tener una mejor planificación de estrategias comerciales en la institución	✓	
16	Cree que la gestión administrativa no cuenta con la debida planificación de actividades en sus áreas	✓	
17	Cree que sus procesos administrativos están desordenados por ello no cumplen con la satisfacción del cliente	✓	
18	Cree que el proceso de gestión administrativa que sigue la institución es de manera organizada	✓	

Tabla 1

Tabla de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1: Implementación de un CRM	Según VALLE, Antonio (2015): "Las herramientas de CRM tratan de resolver el problema de consolidar toda la información para proporcionar una visión unificada del cliente en toda la empresa, integrando los procesos de negocios relacionados con el cliente y la consolidación de la información sobre el a partir de múltiples canales de comunicación de modo que la empresa pueda presentar una cara consistente para el cliente. Con la ayuda de un sistema informatizado, puede capturar y gestionar toda la información relacionada con el cliente incluyendo el registro, contactos, historial de compras, quejas, etc. El sistema de CRM proporciona datos muy útiles y detallados acerca de los clientes que permiten elaborar informes entre otras cosas, identificar las necesidades de los clientes y la importancia que los clientes atribuyen a cada característica de los productos y servicios de la empresa (p.12)"	Esta variable se medirá con 4 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Rentabilidad Adaptabilidad Escalabilidad Accesibilidad	Utilidad de los recursos Canancias Portable Estructurable Confiable Beneficioso Disponibilidad Modificable Sencillez	Ordinal
V2: Gestión Administrativa	Según ROQUE Jean (2016): "La gestión administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar (p.35)"	Esta variable se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores. Es utilizará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por 18 ítems con escala tipo Likert.	Comunicación Trazabilidad Funcionalidad de Procesos	Tiempo Relación entre personas Satisfacción Control Procesos Servicio Interacción Planificación Organización	Ordinal

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85% % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

(☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
(☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 06/06/2018

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07191553 Teléfono N° 996997511

- Formato de Encuesta

Encuesta

1. Cree que la institución no cuenta con los recursos económicos para implementar nuevas herramientas tecnológicas en la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

2. Cree que al implementar una herramienta tecnológica podrá aprovechar mejor los recursos dentro de la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

3. Sería rentable para la institución implementar una herramienta tecnológica

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

4. Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica incrementaría sus ganancias y clientela

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

5. Cree que con la implementación de una herramienta podría beneficiar a la institución ya que puede ser portable en cualquier pc

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

6. Cree que implementando una herramienta tecnología podría adaptarse a las necesidades de la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

7. Cree que la institución debe adaptarse a la tecnología de la actualidad

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

8. Cree que la herramienta debe poseer la facilidad de ser estructurada para el beneficio de la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

9. Cree que la herramienta la cual se va a implementar en la institución educativa debe ser confiable para evitar futuro problemas entorno a información

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

10. Cree que la institución cuenta con herramientas entorno a tecnología los cuales son confiables en el manejo de información

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

11. Cree que la institución educativa debe implementar tecnología en beneficio propio y de sus clientes

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

12. Cree que la institución debe optar por tecnología los cuales beneficie y mejore sus procesos internos

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

13. Alguna vez la institución educativa ha accedido a su información histórica de manera rápida

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

14. Cree que con la implementación de una herramienta tecnológica ayudaría con la disponibilidad de información en la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

15. Cree que la institución cuenta con información histórica el cual puede ser modificable y errónea

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

16. Cree que su información la cual está registrada en la institución es realmente la correcta

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

17. Cree que la institución cuenta con problemas entorno a accesibilidad en almacenamiento de información

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

18. Cree que la institución debe poseer información simple y actualizada ante solicitudes de sus clientes

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

19. Cree que la gestión administrativa cumple con los tiempos de entrega de solicitudes

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

20. Cree que la gestión administrativa atiende solicitudes rápidamente

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

21. Cree que la comunicación en la gestión administrativa juega un papel muy importante

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

22. Siente usted que la falta de comunicación con sus clientes puede generar problemas entorno a la calidad del servicio prestado

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

23. Siente usted que el trato es personalizado por la gestión administrativa de la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

24. Cree que la atención dada por la gestión administrativa se da manera satisfactoria

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

25. Cree que la gestión administrativa cuenta con un control confiable entorno a sus procesos en la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

26. Siente que la gestión administrativa posee un mal control entorno a sus procesos ante solicitudes

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

27. Cree que el proceso que sigue la gestión administrativa se da de manera correcta

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

28. Cree que la gestión administrativa no es eficiente entorno a sus procesos

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

29. Se siente usted satisfecho por el servicio brindado por la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

30. Siente que la institución debe brindar ofertas de su servicio de acuerdo a cada tipo de cliente

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

31. Siente que debido al mal funcionamiento de la gestión administrativa se esté perdiendo clientes

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

32. Cree que la interacción con los clientes por parte de la gestión administrativa debe ser de manera cordial

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

33. Siente usted que la gestión administrativa debe tener una mejor planificación de estrategias comerciales en la institución

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

34. Cree que la gestión administrativa no cuenta con la debida planificación de actividades en sus áreas

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

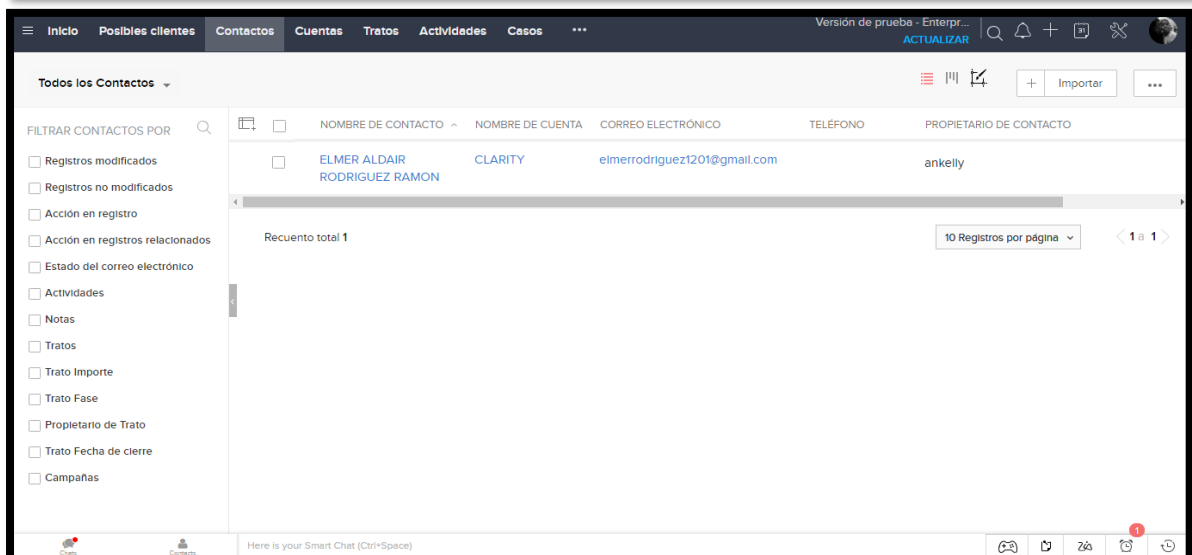
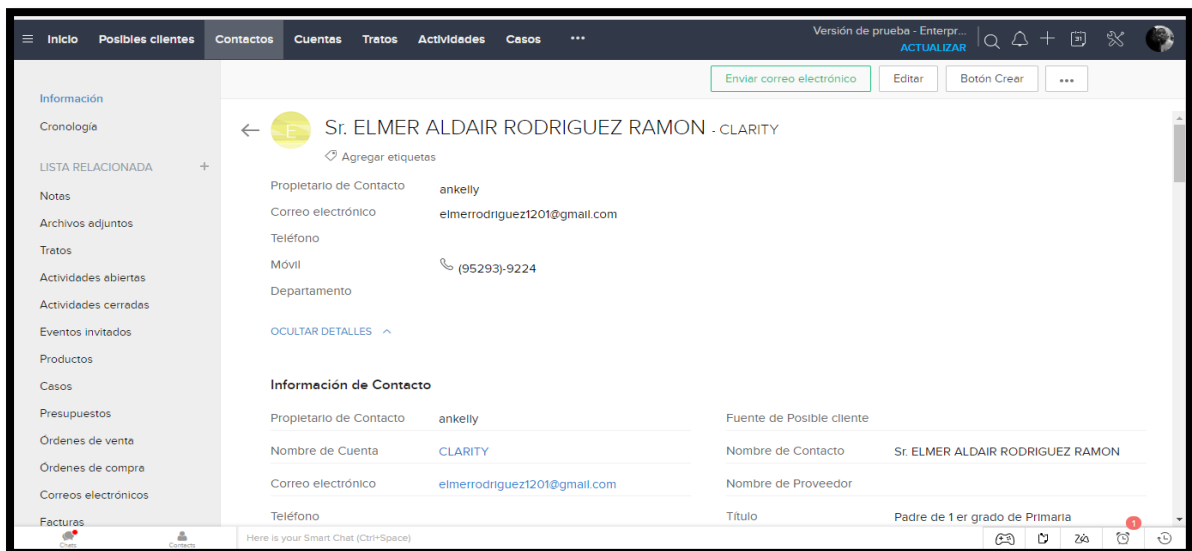
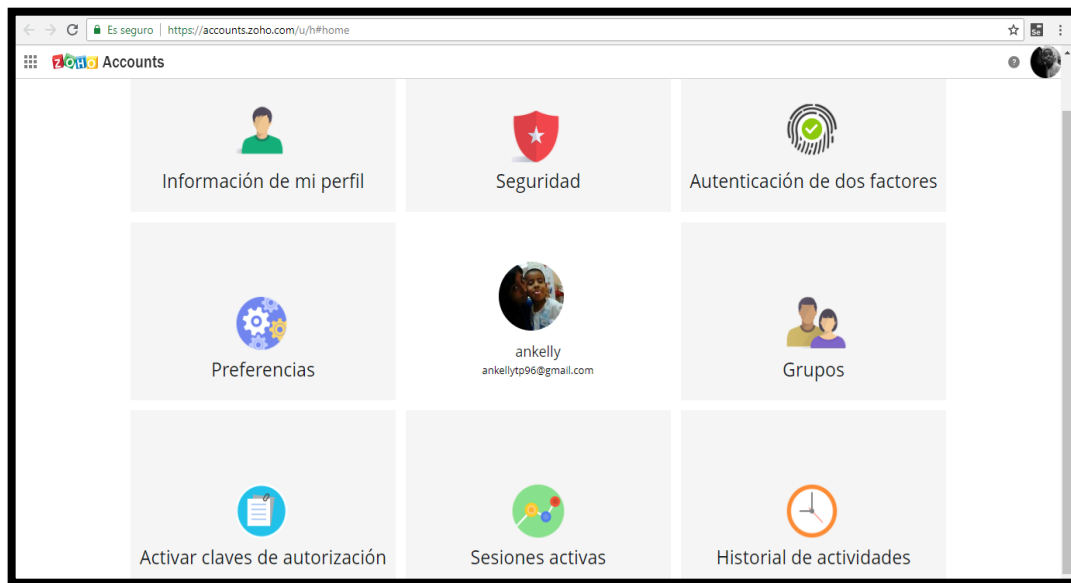
35. Cree que sus procesos administrativos están desordenados por ello no cumplen con la satisfacción del cliente

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

36. Cree que el proceso de gestión administrativa que sigue la institución es de manera organizada

1. Totalmente en Desacuerdo	2. En desacuerdo	3.Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-----------------------------------	--------------	-------------------------

- Implementación de un CRM



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Mgtr. Iván Martin Pérez Farfán, docente de la Facultad de Ingeniería y Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor (a) del Trabajo de Investigación titulado:

IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE MARIA", PUENTE PIEDRA

,de el (los) estudiante (s) TEJADA PÉREZ ANKELLY VANESA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 23 de Abril del 2019



Firma

Mgtr. Iván Martin Pérez Farfán

DNI: 08647541



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

TITOLO

IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE MARIA",
PUENTE PIEDRA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO
DE BACHILLER EN INGENIERÍA DE SISTEMAS

AUTOR:

Br. Tejada Pérez, Ankelly Vaneza (ORCID: 0000-0002-5946-1323)

ASESOR:

Mg. Pérez Farfán, Iván Martín (ORCID: 0000-0001-5833-9400)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

2 SISTEMAS DE INFORMACION Y COMUNICACIONES

LIMA-PERÙ

2019



26



Resumen de coincidencias

26 %

< >

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

- | | | | |
|---|---------------------------|-----|---|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe | 9 % | > |
| | Fuente de Internet | | |
| 2 | Entregado a Universida... | 6 % | > |
| | Trabajo del estudiante | | |
| 3 | repositorio.unica.edu.pe | 1 % | > |
| | Fuente de Internet | | |
| 4 | Entregado a Universida... | 1 % | > |
| | Trabajo del estudiante | | |
| 5 | Entregado a Universida... | 1 % | > |
| | Trabajo del estudiante | | |
| 6 | repositorio.unh.edu.pe | 1 % | > |
| | Fuente de Internet | | |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Tejada Pérez Ankelly Vanera

D.N.I. : 76301096

Domicilio : Paraje Jerusalén Ob - El calicho - Puente Piedra

Teléfono : Fijo 3794411 Móvil 925042062

E-mail : ankellytp96@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Trabajo de Investigación de Pregrado

☐ Tesis de Pregrado

Facultad : Ingeniería

Escuela : Profesional de Ingeniería de Sistemas

Carrera : Ingeniería de Sistemas

☒ Grado

☐ Título

Bachiller en Ingeniería de Sistemas

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría

☐ Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Tejada Pérez Ankelly Vanera

Título del trabajo de investigación o de la tesis:

Implementación de un CRM para la gestión administrativa en la Institución Educativa "Inmaculado Corazón de María", Puente Piedra

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, Autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.

Firma :

Ankelly Tejada R

Fecha :

17/09/19



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

TEJADA PÉREZ ANKELLY VANESA

INFORME TÍTULADO:

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA
EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "INMACULADO CORAZÓN DE
MARIA", PUENTE PIEDRA**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

BACHILLER EN INGENIERÍA DE SISTEMAS

SUSTENTADO EN FECHA: 23 de Abril del 2019

NOTA O MENCIÓN: 17



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN